

Jornalismo e Realidade Virtual:
Análise da série *The Daily 360* do *The New York Times*

Patrícia Rosenthal Pereira Lima

**Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre em Novos Media e Práticas Web, realizada
sob a orientação científica de Paulo Nuno Vicente**

Versão corrigida e melhorada após defesa pública

**Lisboa, Portugal
Janeiro de 2018**

Com o apoio de



iNOVA Media Lab

“E se eu pudesse apresentar a vocês uma história da qual poderiam se lembrar com o corpo todo e não apenas com a mente?”

(Nonny de la Peña)

Agradecimentos

A conclusão desta dissertação fecha um ciclo da minha vida que se iniciou em setembro de 2015, quando me mudei para Lisboa para fazer o mestrado em Novos Media e Práticas Web na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Chegar até aqui só foi possível devido ao apoio que recebi de diversas pessoas que acreditaram em mim. Por isso, gostaria de agradecer ao professor Paulo Nuno Vicente pelo suporte e orientação investidos neste trabalho; aos professores Francisco Rui Cádima, Antonio Cámara, Vitor Badalinho, Jorge Martins Rosa e Maria Augusta Babo por compartilharem seus conhecimentos no ambiente da FCSH/UNL; à Camilla por todo o suporte incondicional nesta aventura; aos colegas Lucas, Patrick e Juliana pela companheirismo acadêmico e amizade; à Rebeca pela compreensão, paciência e torcida; à Marina pelo apoio e suporte nos momentos difíceis; à Bruna e à Marcela pelas dezenas de encontros pelas bibliotecas da cidade e, principalmente, aos meus pais, Nelly e Roberto, que sempre acreditaram em mim e apoiaram meus sonhos de todas as formas possíveis.

Resumo

A Realidade Virtual não é novidade. Porém, o que chamamos neste trabalho de seu renascimento - ocasionado pelas últimas evoluções tecnológicas e pelo barateamento de equipamentos - permitiu sua integração e consequente inovação em diversos campos. Um deles foi o jornalismo. A adoção da Realidade Virtual como uma ferramenta de narrativa jornalística permite que o usuário experimente as situações ou os eventos de uma reportagem como protagonista e amplia as formas de participação e interação desta experiência imersiva. Em busca de desvendar os possíveis caminhos para o uso da Realidade Virtual no jornalismo, este trabalho faz uma análise do conteúdo diário publicado durante os primeiros quatro meses do *The Daily 360*, projeto do veículo de referência *The New York Times*. Os resultados mostram que o projeto buscou popularizar os vídeos em 360 graus (ou esféricos) - sem priorizar os níveis de imersão ou mesmo a qualidade - e optou por publicar um conteúdo diverso, buscando em geral o lado mais curioso, independentemente do tema. Os vídeos foram, na maior parte das vezes, enxutos e objetivos (a média de tempo foi de 1 minuto e 25 segundos) - e 60% dos vídeos estavam integrados em artigos multimídia do *Times*. Ou seja, foi possível compreender a estratégia escolhida pela publicação para dar seus primeiros passos com conteúdo imersivo, assim como refletir sobre as possibilidades que a Realidade Virtual pode oferecer ao jornalismo.

Palavras-chave: Realidade Virtual. Jornalismo imersivo. Vídeos 360°. *The Daily 360*. *The New York Times*.

Abstract

Virtual Reality isn't new. However, in the wake of technological advancements and cheaper equipment, it has undergone a number of reenarnations over the years, which have allowed for it to be used innovatively in a number of different fields. One of these is journalism. The use of virtual reality as a tool of expression in the journalistic narrative allows readers to experience situations and events like never before, and expands the possible forms of participation and interaction through an immersive experience. In order to unravel the many possibilities of Virtual Reality in journalism, this paper analyzes the daily content published in the first four months of The Daily 360, a project by *The New York Times*. The project sought to popularize the use of 360 degree (or spherical) videos, without prioritizing levels of immersion, or even quality. They chose to publish a wide variety of content, seeking more unusual topics, regardless of the theme. The videos were mostly short and to the point (the average length was 1 minute and 25 seconds) – and 60% of the videos were integrated into the *Times*' multimedia articles. This meant it was possible to understand the reasoning behind the choice of subject chosen by the publication in its first steps towards immersive content, as well as reflect on the possibilities that Virtual Reality can offer to journalism.

Keywords: Virtual Reality. Immersive journalist. 360° videos. *The Daily 360*. *The New York Times*.

Índice

Epígrafe	1
Agradecimentos	2
Resumo	3
Abstract	4
Lista de gráficos	6
Lista de imagens	7
Lista de quadros	8
1. Introdução	9
1.1. VR, AR e MR	12
2. Realidade Virtual	13
2.1. Histórias cruzadas: Jornalismo e VR	19
2.2. Jornalismo imersivo	21
2.3. Empatia	26
3. <i>The New York Times</i> : Estudo de caso	28
3.1. Inovação no <i>Times</i>	29
3.2. <i>The Daily 360</i>	31
4. Metodologia	32
5. Dados	33
6. Análise de conteúdo	36
6.1. Editorias	36
6.2. Subeditorias	38
6.3. Duração	42
6.4. Artigos multimídia	44
6.5. Nuvem de <i>tags</i>	47
6.6. Localização	49
6.6.1. Mundo	49
6.6.2. País	52
6.7. Subeditoria: Mundo	53
6.8. Subeditoria: País	54
6.9. Subeditoria: Política	55
7. Análise de resultados e considerações finais	57
Referências bibliográficas	62
Apêndices	68

Lista de gráficos

Gráfico 1 - Conteúdo publicado pelo <i>The Daily 360</i> entre novembro de 2016 e fevereiro de 2017 dividido por editorias	38
Gráfico 2 - Conteúdo publicado pelo <i>The Daily 360</i> entre novembro de 2016 e fevereiro de 2017 dividido por subeditorias	41
Gráfico 3 - Duração dos vídeos publicados pelo <i>The Daily 360</i> entre novembro de 2016 e fevereiro de 2017	43
Gráfico 4 - Médias de duração dos vídeos publicados pelo <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 (por editoria)	43
Gráfico 5 - Comparação do conteúdo publicado pelo <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 em relação a elementos multimídia	47
Gráfico 6 - Distribuição do conteúdo do <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 por países. Do azul mais escuro (com mais incidência) para o mais claro (com menos). Os EUA não foram incluídos na análise	51
Gráfico 7 - Distribuição do conteúdo do <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 por países em porcentagem	51
Gráfico 8 - Distribuição do conteúdo do <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 por estados norte-americanos. Do azul mais escuro (com mais incidência) para o mais claro (com menos)	52
Gráfico 9 - Distribuição do conteúdo do <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 por estados norte-americanos em porcentagem	53
Gráfico 10 - Divisão por subeditorias da editoria Mundo do conteúdo publicado pelo <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017	54
Gráfico 11 - Divisão por subeditorias da editoria País do conteúdo publicado pelo <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017	55
Gráfico 12 - Divisão por subeditorias da editoria Política do conteúdo publicado pelo <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017	56

Lista de imagens

Imagem 1 - Sensorama, o primeiro dispositivo de Realidade Virtual	15
Imagem 2 - Sword of Damocles, o primeiro HMD	15
Imagem 3 - Da esquerda para a direita: Dispositivo da Virtuality para salões de arcade, Virtual Boy, da Nintendo, e CAVE, sistema de Realidade Virtual que funciona sem a necessidade de um HMD. Abaixo: Roupas e luvas para Realidade Virtual desenvolvidas pela VPL	16
Imagem 4 - Google Cardboard	18
Imagem 5 - The Treachery of Sanctuary	27
Imagem 6 - Canal <i>The Daily 360</i> no aplicativo NYT VR	45
Imagem 7 - Canal <i>The Daily 360</i> no site do <i>The New York Times</i> , acessado por meio de um laptop	45
Imagem 8 - Vídeo do <i>The Daily 360</i> dentro de uma reportagem multimídia do <i>Times</i>	46
Imagem 9 - Nuvem de <i>tags</i> elaborada a partir do conteúdo publicado pelo <i>The Daily 360</i> de novembro de 2016 a fevereiro de 2017, com exceção da <i>tag</i> Nova-Iorque	48
Imagem 10 - Vídeo <i>Firsthand account: The assassination of Malcolm X</i> , publicado pelo projeto <i>The Daily 360</i>	59

Lista de quadros

Quadro 1 - Diferenças e semelhanças entre VR, AR e MR	13
Quadro 2 - Lista de editorias	34
Quadro 3 - Lista de subeditorias	35

1. Introdução

A primeira exibição pública de um filme aconteceu em janeiro de 1896 em Paris, na França, e, além de ter sido o marco do surgimento do cinema, a data também ficou popularmente conhecida como ‘o dia em que a plateia fugiu da sala acreditando que seria atropelada por um trem’. O filme *A chegada do trem na estação*, dos irmãos Lumière, impressionou o público de cerca de 30 pessoas, que viu uma cena em movimento ser projetada numa tela pela primeira vez e considerou que a imagem reproduzida ali pudesse ser real (Mendonça, 2004). O cinema era a experiência mais imersiva que essas pessoas já haviam experienciado.

Com o passar do tempo, a popularização do cinema fez as pessoas se habituarem à exibição de filmes e entenderem que, por mais reais que fossem as imagens, elas estavam ‘presas’ na tela. Se *A chegada do trem na estação* fosse exibido hoje, 122 anos depois, já seria possível fazer o público ‘atravessar’ a tela, entrar ou sair do trem e ficar frente à frente com os passageiros que sobem e descem apressados dos vagões no filme dos Lumière. Quebrar essa barreira física da tela entre o conteúdo e o público é possível graças ao surgimento de uma poderosa ferramenta imersiva, a Realidade Virtual.

O termo Realidade Virtual, abreviado VR (do inglês Virtual Reality), possui diversas definições e conceitos, porque sofreu mudanças em seu significado com a evolução tecnológica e teve diferentes usos ao longo do tempo (Raposo, Szenberg, Gattass, & Celes, 2004). Segundo Krueger (1991 como citado em Steuer, 1992, p. 73, tradução nossa), “em 1989, Jaron Lanier, CEO da VPL¹, cunhou o termo Realidade Virtual para reunir todos os projetos virtuais de sua empresa sob uma única rubrica”. Lanier fabricava diversos dispositivos imersivos como Head-mounted displays² (HMD) e luvas e roupas sensoriais - e encontrou no termo uma forma de ‘unificar’ seus produtos. Mesmo que os primeiros dispositivos de VR tenham surgido décadas antes, Lanier foi o primeiro a fazer uso do termo. Sua abordagem, entretanto, era pouco específica, não levando em conta diferenças na experiência do utilizador, por exemplo.

Steuer (1992) também problematiza o fato das definições de Realidade Virtual estarem geralmente ligadas a dispositivos tecnológicos (como óculos, luvas e máquinas). Para o autor, as definições de Realidade Virtual devem se pautar mais na essência da experiência do que

¹ VPL (Visual Programming Languages), fundada em 1985, em São Francisco (EUA), foi uma das primeiras empresas a desenvolver produtos em VR, como HMD e luvas e roupas com sensores que permitiam imersão com interatividade

² Head-mounted display (HMD) é um dispositivo de vídeo usado na cabeça como um capacete ou como um óculos - e tem fones de ouvido. Por seu alto grau de imersividade, o aparelho é considerado a melhor forma do usuário experienciar a Realidade Virtual

nesses dispositivos. Isso porque pode ser prejudicial um sistema ser arbitrariamente classificado como VR por incluir ou não determinadas máquinas. Esse conceito só beneficia os produtores dessas máquinas, que acabam tendo em mãos uma importante ferramenta de marketing. Steuer (1992) acredita que a chave para uma definição de Realidade Virtual mais ligada à experiência humana seja o conceito de presença, que ele define não como uma questão física, mas como “a sensação de se estar presente em determinado ambiente”. Essa definição também foi reforçada mais recentemente por McMenemy e Ferguson (2007), que vêem na Realidade Virtual o propósito de tentar enganar ou iludir o sistema perceptual humano a acreditar que faz parte do mundo virtual com o qual está em ‘contato’.

Slater (2009) se preocupa com os múltiplos significados que foram atribuídos à palavra ‘presença’, que, segundo ele, podem gerar alguma confusão e, por isso, opta pelo termo *place illusion*, local ilusório em tradução nossa. Para Slater (2009), o local ilusório é “a forte ilusão de estar num lugar, apesar da certeza de que você não está lá” e depende das condições imersivas disponibilizadas pelo dispositivo de VR em uso. O autor também usa um segundo conceito chamado *plausibility illusion*, plausibilidade ilusória em tradução nossa. Esse se refere a ilusão de que o cenário que está sendo retratado está realmente acontecendo - e a plausibilidade ilusória “é determinada pela medida em que o sistema pode criar eventos que se relacionem diretamente com o participante” (Slater, 2009, tradução nossa). Ele defende que, quando tanto o local ilusório como a plausibilidade ilusória ocorrem, o participante responde realisticamente à Realidade Virtual.

Hernandez (2017) define a Realidade Virtual como um ambiente criado por um computador que pode simular a presença física quer no mundo real quer num mundo imaginado - e que é capaz de recriar experiências sensoriais como paladar, visão, olfato, tato e audição. Para o autor, a Realidade Virtual é quando o usuário deixa essa realidade atual e se imerge em outra. “Você geralmente pode fazer isso com um dispositivo na cabeça que o desliga do mundo físico real e o transporta para outro mundo imersivo no qual se pode interagir” (Hernandez, 2017, tradução nossa). A interação, aliás, é um dos elementos fundamentais da Realidade Virtual - as ações do utilizador são detectadas pelos dispositivos, que reagem simultaneamente modificando o ambiente virtual.

Com o interesse mais voltado para o uso da Realidade Virtual no campo do jornalismo, de la Peña (2015) acredita que a tecnologia proporciona uma dualidade de presença. Segundo a autora, que é considerada a “madrinha do jornalismo em VR”³, se os utilizadores puderem

³ Veículos como o *The Guardian*, a *Forbes*, a *Vice*, o *Engadget* e outros atribuíram o título a ela

‘sentir’ o poder de um tiroteio na Síria e ‘ficar’ lado a lado com os civis em desespero na guerra, por exemplo, eles entenderão essas tragédias como se fizessem parte dela e não apenas como mais uma manchete no jornal.

Ao colocar esses óculos que detectam para onde olhamos, obtemos uma sensação em todo o corpo como se estivéssemos realmente no local ... Não estou dizendo que, quando estão na cena, se esquecem que estão aqui. O que sentimos é que estamos em dois lugares ao mesmo tempo. Temos o que eu chamo de uma dualidade de presença (de la Peña, 2015, tradução nossa).

Este trabalho se concentra em apenas uma das diversas áreas na qual o uso da Realidade Virtual provocou uma transformação: o jornalismo. Tendo em vista esse tema, dois aspectos da Realidade Virtual são fundamentais para seu uso no jornalismo e serão levados em consideração: imersão e presença. O primeiro tem a ver com quão envolvido está o usuário e o segundo com a percepção de se ‘estar ali’. Muitos teóricos identificam uma ligação entre as duas coisas. Maiores níveis de imersão levam a uma sensação mais forte de presença (Aronson-Rath, Milward, Owen, & Pitt, 2015).

O uso da Realidade Virtual no jornalismo possibilita que o público, além de se informar, participe como testemunha das notícias. Entretanto, como a inserção dessa nova forma de narrativa imersiva nas redações é muito recente, ainda se sabe pouco sobre seu verdadeiro impacto ou sobre quais as melhores práticas para seu uso na elaboração de reportagens. Por isso, este trabalho visa contribuir com o que se sabe até agora sobre como a Realidade Virtual pode contribuir ou transformar esse campo.

A maneira encontrada para isso foi fazer um estudo de caso com análise de conteúdo (Bardin, 1977) das reportagens em Realidade Virtual produzidas pelo *The New York Times*. O critério utilizado para a escolha do *NYT* como objeto de estudo se dá, para além de sua relevância como veículo jornalístico, pela representatividade na produção dessa modalidade de conteúdos. Foram analisados, um a um, os conteúdos produzidos diariamente para a série *The Daily 360* - por um período de quatro meses (desde sua criação, em novembro de 2016, até fevereiro de 2017). A proposta é apresentar, com base na análise da amostragem selecionada, um possível caminho para os conteúdos jornalísticos produzidos em Realidade Virtual, identificar padrões e tendências e entender com quais temas e técnicas o conteúdo jornalístico em Realidade Virtual atinge melhor seu objetivo. O trabalho também apresenta o estado da arte dos conceitos fundamentais relativos ao tema.

1.1. VR, AR e MR

Antes de abordar mais profundamente a Realidade Virtual, convém explicar outras experiências que podem ser chamadas de suas ‘primas’: a Realidade Aumentada, abreviada como AR (do inglês Augmented Reality), e a Realidade Mista, abreviada como MR (do inglês Mixed Reality).

No relatório sobre jornalismo e Realidade Virtual da Knight Foundation, Doyle, Gelman e Gil (2016) fizeram um pequeno glossário com esses conceitos. Os autores definem a Realidade Aumentada como uma experiência que tem o mundo real como elemento principal, mas que insere nele camadas com objetos ou informações virtuais. O jogo Pokémon Go, que chegou a ser o mais baixado nos EUA (Osborn, 2016), é um bom exemplo disso. O jogo utiliza o GPS e a câmera dos smartphones para que o usuário possa capturar criaturas virtuais (pokémons) que aparecem na tela do celular como se existissem no mundo real. Segundo os autores, Realidade Mista é um tipo de experiência de Realidade Aumentada em que os objetos virtuais interagem com o mundo real. Para exemplificar, podemos imaginar que, se o jogo Pokémon Go fosse em Realidade Mista, as criaturas não acompanhariam os movimentos do usuário sempre se colocando de frente para ele, elas seriam como hologramas e, dependendo de como o usuário se deslocasse, ele poderia vê-las maiores, menores, de perfil ou de costas. Ainda assim, a grande mídia costuma tratar AR e MR como sinônimos.

Por fim, os autores definem a Realidade Virtual como uma experiência que cria um ambiente e dá a sensação de presença ao utilizador, que acredita estar num lugar onde ele não está. Ou seja, a Realidade Virtual substitui todo o campo de visão do usuário e o transporta para outro universo. É importante lembrar que os vídeos em 360°, que são o foco nesta pesquisa, são apenas um tipo de Realidade Virtual, criados somente com imagens do mundo real. A Realidade Virtual pode imergir o utilizador em ambientes tanto reais como imaginados (criados com computação gráfica). Na forma como estão disponíveis atualmente, estes três tipos de experiência têm diferenças e semelhanças em sua utilização. As principais estão explicitadas a seguir, no Quadro 1.

Quadro 1 - Diferenças e semelhanças entre VR, AR e MR

	VR	AR/MR
Dispositivos de visualização	Head Mounted Display ou óculos inteligentes	Head Mounted Display opcional e pode incluir dispositivos de holograma
Imagens	Computação gráfica ou imagens reais	Combinação de imagens geradas por um computador e objetos reais
Ambiente	Inteiramente digital	Objetos virtuais e da vida real misturados
Perspectiva	Objetos virtuais vão mudar de posição e tamanho de acordo com a perspectiva do usuário no mundo virtual	Objetos virtuais se comportam com base na perspectiva do usuário no mundo real
Presença	Sensação de ter sido transportado para outro lugar sem a percepção do mundo real	Sensação de ainda estar no mundo real, mas com novos elementos e objetos sobrepostos
Consciência	Objetos virtuais perfeitamente renderizados, que não podem ser distinguidos no mundo real	Objetos virtuais podem ser identificados com base em sua natureza e comportamento, como um texto flutuante que segue o usuário, por exemplo

Fonte: Jaquith, 2016, tradução nossa

2. Realidade Virtual

Com o recente surgimento de equipamentos de Realidade Virtual (como o Óculus Rift e outros similares), o barateamento das câmeras 360° e a publicação de tantas notícias sobre VR, muitos tendem a achar que a Realidade Virtual é uma novidade. Entretanto, a história dessa tecnologia teve início décadas antes, no fim dos anos 50, com um dispositivo criado pelo cineasta Morton Heilig, chamado Sensorama. O Sensorama era uma espécie de cabine na qual se podia ver imagens em 3D com som, vibração, vento e cheiro para transmitir ao utilizador uma sensação de imersão (Marques, 2016), vide Imagem 1. Heilig pensava que sua invenção

seria parte de uma linha de produtos para o ‘cinema do futuro’, mas este futuro não chegou a se concretizar durante sua vida.

A partir do Sensorama, seguiram-se décadas de pesquisa e desenvolvimento - e diversos dispositivos de VR foram criados e aprimorados, sempre buscando trazer experiências imersivas ao usuário. Em 1965, Ivan Sutherland desenvolveu o Sword of Damocles⁴, (espada de Dâmocles em português), o primeiro Head-Mounted Display (HMD) da história. O dispositivo, que era conectado por cabos ao computador, era tão pesado que tinha que ser pendurado no teto e recebeu esse nome justamente por causa de sua aparência.

Na década de 80, a já mencionada VPL foi fundada por Jaron Lanier, em São Francisco, nos EUA. A empresa desenvolveu uma vasta gama de hardwares e softwares para VR, mas faliu em 1990 e vendeu suas patentes para a Sun Microsystems em 1999. Também na década de 90, o Virtuality Group apostou em dispositivos de grandes dimensões para salões de jogos (arcades), porém cada máquina custava cerca de 70.000 dólares, o que dificultava sua adoção (Arthur, 2015). Além disso, e a Nintendo lançou o Virtual Boy, que, para ser utilizado, precisava estar fixo numa superfície e se tornou um dos produtos de menor sucesso da empresa.

Na mesma década, uma equipe de pesquisa da Universidade de Illinois, em Chicago, liderada por Carolina Cruz-Neira, Daniel Sandin e Thomas DeFanti, desenvolveu a CAVE, um sistema que removeu a necessidade de um equipamento acoplado ao utilizador. Ele consiste numa sala cujas paredes, teto e chão envolvem o espectador com imagens projetadas (Marques, 2016). Ainda que seu custo seja elevado, vários campos da ciência - e também artistas - utilizam as CAVEs para a visualização de conteúdos científicos.

⁴ Dâmocles é o protagonista de uma anedota moral da Sicília. Ele era um bajulador na corte do tirano Dionísio, de Saracusa, e dizia que, como um homem de poder e autoridade, Dionísio era muito afortunado. Então, Dionísio ofereceu a Dâmocles o cargo por um dia - e ele foi abastecido de ouro e prata, atendido por belas mulheres e servido com as melhores comidas. Mas, Dionísio ordenou que uma espada fosse pendurada sobre o pescoço de Dâmocles, presa apenas por um fio. Ao ver a espada afiada suspensa sobre sua cabeça, Dâmocles abdicou de seu posto, dizendo que não queria mais ser tão afortunado

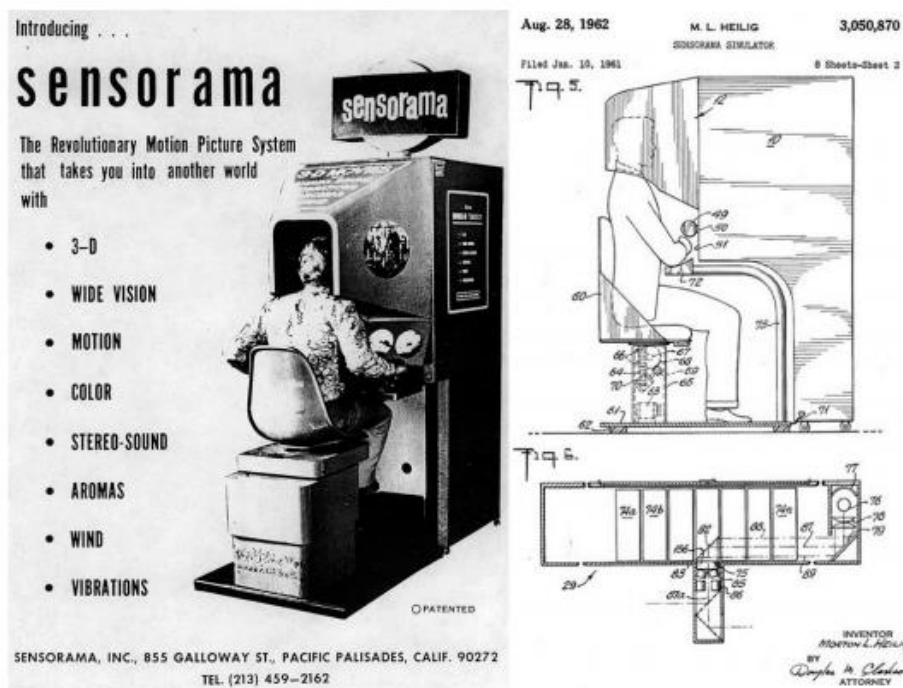


Imagem 1 - Sensorama, o primeiro dispositivo de Realidade Virtual

Fonte: VR Gamers News, 2016



Imagem 2 - Sword of Damocles, o primeiro HMD

Fonte: Britannica, s.d.



Imagem 3 - Da esquerda para a direita: Dispositivo da Virtuality para salões de arcade, Virtual Boy, da Nintendo, e CAVE, sistema de Realidade Virtual que funciona sem a necessidade de um HMD. Abaixo:

Roupas e luvas para Realidade Virtual desenvolvidas pela VPL

Fontes: The VR Shop, 2015; MorganLinton, 2016; Hedger, 1998; Robertson & Zelenko, 2014

Apesar das muitas tentativas, experiências e melhorias, a Realidade Virtual não havia se popularizado até então - muitos autores atribuem o fracasso à concorrência com outra tecnologia poderosa e fascinante que surgiu na mesma época, a Internet. Segundo Schnipper (2014), apesar da tecnologia não ter se expandido comercialmente, alguns setores, como as forças militares, seguiram fazendo uso da Realidade Virtual especialmente para simulações de guerra e vôo durante anos.

Esse cenário, que se manteve estagnado desde a década de 90, ganhou um novo impulso a partir de 2012, quando a evolução da tecnologia permitiu que as experiências em VR saíssem dos laboratórios e passassem literalmente a caber no bolso dos consumidores (Marques, 2016). As principais razões às quais os autores creditam esse ressurgimento são: 1) a evolução dos smartphones; 2) o surgimento de câmeras que filma em 360°; 3) o surgimento de softwares gratuitos para criação de ambientes virtuais; 4) o barateamento do custo de produção e, conseqüentemente, do preço dos equipamentos; 5) o surgimento de uma nova geração de head-mounted displays (HMD), como Oculus Rift, Playstation VR, Samsung Gear VR e HTC Vive e 6) o fato de que diversas startups e empresas decidiram apostar em VR.

Num relatório sobre VR feito para a Knight Foundation, Doyle et al. (2016) explicam que uma das principais diferenças entre a Realidade Virtual 2.0 e as suas antecessoras é a velocidade com que os dispositivos conseguem exibir as imagens, que já se equivale à da visão. Essa melhoria, além de diminuir o enjôo causado em muitos utilizadores, diminui também a barreira entre o mundo real e o virtual e, por isso, faz a pessoa se sentir mais confortável no ambiente virtual. Essas tecnologias foram inicialmente desenvolvidas para smartphones - mas foram reconfiguradas para os dispositivos de Realidade Virtual e, agora, são usadas para ‘enganar’ o cérebro. O Head Mounted Display pelo qual as pessoas consomem o conteúdo em Realidade Virtual inclui um rastreador que capta dados de movimento 1.000 vezes por segundo, tão rápido que pode prever os movimentos da cabeça de uma pessoa e pré-renderizar as imagens. Isso reduz a latência na cena, que reage simultaneamente ao movimento da pessoa (Doyle et al., 2016).

Ao refletir sobre essa nova onda da Realidade Virtual, Lanier (2014) diz que os componentes finalmente ficaram suficientemente baratos, como os entusiastas de VR das décadas anteriores almejavam.

Nos velhos tempos, para saber onde estava sua cabeça e posicionarmos o conteúdo virtual em relação a você, costumávamos usar algum tipo de ponto de referência externo, que podia ser magnético, ultra-sônico ou ótico. Hoje em dia, você coloca algum tipo de câmera na cabeça e ela já calcula onde você está - os HMD são auto-suficientes e não dependem de uma infra-estrutura de referência externa. Isso era inconcebível antes porque seria muito caro (Lanier, 2014, tradução nossa).

O presidente da Sony Worldwide Studios, Yoshida (2014), acredita que ainda é cedo para prever que tipo de transformações a Realidade Virtual pode proporcionar. Ele compara o surgimento dessa tecnologia ao dos gráficos 3D, que foram revolucionários no lançamento do primeiro Playstation. “Era responsabilidade do desenvolvedor de jogos entregar um produto que as pessoas quisessem ter em casa no lugar dos jogos de arcade” (Yoshida, 2014, tradução nossa).

Gráficos 3D agora são usados em todos os lugares: na *web*, nos filmes e mesmo na indústria de anime ... Da mesma forma, a VR pode ser muitas coisas diferentes. Uma vez que se torne acessível para milhões de pessoas, serão criados mais usos. O que me anima é que a VR o coloca na cena. Você pode testemunhar grandes eventos históricos, dramáticos - será um meio poderoso para narrar histórias (Yoshida, 2014, tradução nossa).

Com a intenção de impulsionar o consumo e também a produção de conteúdo em Realidade Virtual, a Google lançou o Cardboard - um dispositivo feito com papelão, imãs e lentes para que o usuário encaixe seu celular e a estrutura se transforme num HMD, vide Imagem 2. O Google Cardboard, que tem exemplares a partir de 5 dólares e também pode ser

feito em casa, foi lançado em 2014 pela empresa e já teve uma série de melhorias e novos modelos com preços variados. Segundo o vice-presidente de operações em VR da gigante tecnológica, Singh (2017), foram vendidos 10 milhões de cardboards até 28 de fevereiro de 2017. Além disso, nos últimos meses, a procura aumentou: 5 milhões (metade do total) foram adquiridos desde julho de 2016 (Lunden, 2017). Além de tornar os dispositivos de VR bastante acessíveis, o surgimento do Cardboard inspirou várias empresas a replicarem o modelo e também venderem o equipamento à preços acessíveis.

Em novembro de 2017, a empresa deu mais um passo para incentivar o acesso e a produção em VR com o lançamento da Poly, uma biblioteca com objetos 3D para uso gratuito. Os usuários podem fazer upload de objetos 3D de sua autoria na plataforma sob licença Creative Commons, ou seja, livre para download e modificações (Roncolato, 2017).

Outro fator que deu impulso a essa nova geração de Realidade Virtual foi que, desde 2015, dois dos principais distribuidores de conteúdo do mundo, o Youtube e o Facebook, passaram a suportar e produzir imagens e vídeos em 360°, o que permitiu uma maior divulgação de conteúdo imersivos. Além disso, os vídeos em 360° podem ser vistos sem um HMD, na própria tela do computador, e o usuário pode explorar o ambiente escolhendo o ponto de vista que deseja com o cursor. O mesmo vale para a tela do smartphone, sendo preciso, na maioria dos casos, movimentar o aparelho na direção desejada.



Imagem 4 - Google Cardboard

Fonte: Moraes, 2015

As previsões de mercado para a VR também têm sido positivas. Segundo um levantamento da consultoria Digi-Capital, publicado em junho de 2017, o mercado global de Realidade Virtual movimentou 2 bilhões de dólares entre junho de 2016 e junho de 2017. “Analistas da indústria estão fazendo previsões de que cerca de 34 milhões de HMD serão vendidos em 2020. Até 2020, a Digi-Capital prevê que os mercados de VR e AR vão movimentar mais de 150 bilhões de dólares em vendas.” (Doyle et al., 2016, p. 8, tradução nossa).

Segundo Rabello (2016), o relatório também afirma que entre 2018 e 2019 os mercados de VR e AR (Realidade Aumentada) devem passar por uma guinada e que deve haver um relevante aumento das receitas.

2.1. Histórias cruzadas: Jornalismo e VR

As histórias do jornalismo imersivo e a da nova geração de VR se cruzam no início de 2012, nos EUA. Sempre empenhada em fazer o público se envolver o máximo possível com a notícia, a jornalista Nonny de la Peña acreditou desde muito cedo em unir jornalismo e Realidade Virtual. Ela desenvolveu, em Park City, no estado de Utah, o projeto *Hunger in L.A.*, que chama a atenção para o problema da fome nos EUA e recria o momento em que um homem tem um colapso na fila de espera de um banco alimentar em Los Angeles. Para isso, ela utilizou a plataforma de desenvolvimento de jogos Unity 3D, um sistema de rastreamento de corpo e um HMD - juntamente com o áudio ao vivo que gravou durante o incidente. *Hunger in L.A* foi convidado para participar do Festival Sundance de Cinema e foi lá que Nonny provou o que tanto desejava: seu projeto, por mais modesto que fosse (um par de fones, um HMD improvisado e gráficos de baixa qualidade), emocionou o público de uma maneira diferente. “Ficou claro que *Hunger* foi além de um documentário tradicional” (Doyle et al., 2016, tradução nossa).

Ela havia despendido tanto tempo e dinheiro no projeto, de fato, ela quase faliu. A exibição foi extraordinariamente bem. Os espectadores saíram intrigados da experiência ... Alguns comovidos, outros chorando e muitos disseram sentir empatia pelo tema (Doyle et al., 2016, p. 7, tradução nossa).

Curiosamente, um de seus estagiários no projeto, responsável pelo HMD utilizado em Sundance, era o então estudante de 19 anos Palmer Luckey. Foi durante o *Hunger in L.A.* que ele desenvolveu o primeiro protótipo do Oculus Rift, que veio a ser um dos mais importantes dispositivos dessa nova geração de VR.

Em entrevista ao *The Verge*, Luckey (2014) conta que, desde o fim de 2009, começou a se interessar por jogos de computador e passou meses pesquisando tudo o que estava disponível no mercado. Ele comprou todos os tipos de HMD disponíveis em leilões do governo e no eBay e não se satisfazia com nenhum. Por fim, pensou que os dispositivos utilizados pelos militares poderiam ser melhores do que os que eram vendidos comercialmente, mas, quando teve acesso a alguns deles e viu que também não eram como ele imaginava, decidiu criar seu próprio dispositivo. Luckey começou a fabricar protótipos ainda na garagem de seus pais.

O encontro de Nonny de la Peña com Luckey no projeto em 2012 foi fundamental para impulsionar toda a indústria de VR tanto no desenvolvimento de conteúdos como no de equipamentos. Nonny seguiu seu caminho, desta vez com financiamento, criando novas experiências focadas em conflitos humanos e políticos, como violência doméstica, aborto e guerra na Síria. Segundo o portal *Engadget*, em 2015, seu trabalho foi financiado pela Universidade da Califórnia do Sul (onde faz doutorado), pelo Tribeca Film Institute, pelo Google, pela Associated Press e pelo Fórum Econômico Mundial. No site de sua produtora, a Emblematic Group, há uma lista de parcerias com grandes marcas, como Samsung, *The New York Times*, Museum of Modern Art (MoMA) e *Al Jazeera*.

Por sua vez, Luckey fez uma campanha para o Oculus Rift no site de financiamento coletivo Kickstarter que obteve muito sucesso: ele esperava arrecadar 250.000 dólares e terminou a campanha com quase 2,5 milhões de dólares. Em 2014, sua empresa foi comprada pelo Facebook por 2 bilhões de dólares (Doyle et al., 2016).

Ondrejka (2014), o então vice-presidente de engenharia do Facebook e responsável pelo projeto de expansão da Oculus após a aquisição, explica que acompanhou com entusiasmo as idas e vindas da Realidade Virtual nos últimos 20 anos.

Para todos nós que crescemos em torno das ondas de VR, cada vez que uma nova onda sai, torcemos para que finalmente ultrapasse as barreiras de desempenho, peso e conforto. E, quando experimentei o Oculus, isso aconteceu. Foi nesse momento, eles finalmente conseguiram (Ondrejka, 2014, tradução nossa).

Ondrejka (2014) diz que o interesse do Facebook por VR se deve à forma totalmente nova de dividir experiências, que possibilita que se compartilhe a sensação de lugar e de presença e que realmente ultrapassa o que estamos acostumados a compartilhar por um celular.

Palmer Luckey seguiu como o rosto oficial da Oculus Rift até o vazamento de informações sobre doações secretas para um grupo polêmico que apoiava Donald Trump e ridicularizava Hillary Clinton durante a campanha presidencial norte-americana, em setembro de 2016. A partir desse envolvimento controverso, ele parou de frequentar os eventos da

empresa e, em março de 2017, deixou o Facebook. Além disso, no início de 2017, Luckey e o Facebook perderam uma ação judicial contra a fabricante de jogos Zenimax. Luckey foi acusado de não cumprir um acordo de confidencialidade. Segundo Wingfield (2017), agora Luckey está focado numa nova startup, uma empresa que desenvolve tecnologia de vigilância/segurança que pode ser implantada nas fronteiras entre países e em torno de bases militares.

Mesmo com toda a controvérsia sobre Luckey, sua contribuição para o renascimento da Realidade Virtual foi fundamental. Após o surgimento do Oculus e sua compra pelo Facebook, diversas empresas como Samsung, LG e PlayStation desenvolveram seu próprio HMD e não param de aprimorar seus equipamentos. Da mesma forma, a iniciativa de Nonny de la Peña levou diversos jornais importantes ao redor do mundo a abrirem os olhos para esse tipo de narrativa imersiva e começarem a criar peças nesse formato, o que, muitos autores acreditam, pode mudar a forma como conhecemos o jornalismo.

Essa tecnologia teve e ainda tem um papel inovador na produção de peças noticiosas. À medida que a distância entre o público e a notícia se encolhe, os registros jornalísticos ganham novo poder político e social (Aronson-Rath et al., 2015, p. 4, tradução nossa).

O uso da Realidade Virtual no jornalismo, aliás, vem transformando o que conhecemos como jornalismo imersivo e abrindo caminhos para uma recepção mais empática das notícias pelo utilizador, como veremos nos tópicos a seguir.

2.2. Jornalismo imersivo

Diversas áreas, como games, cinema, publicidade, saúde, educação e pornografia, estão explorando novas possibilidades com o uso da Realidade Virtual (Pacete, 2017). O jornalismo é certamente uma delas e, como dito anteriormente, será o foco deste trabalho. Para entender a adoção da Realidade Virtual como uma ferramenta de narrativa (já utilizada pelos principais veículos jornalísticos do mundo), é conveniente retomar uma série de ferramentas digitais e tendências que foram disruptivas na indústria jornalística e transformaram - e ainda transformam - a maneira como os jornalistas fazem seu trabalho.

Novas formas de jornalismo têm sido verificadas principalmente no conteúdo publicado *online*. Isso porque a Internet possibilitou a convergência de mídias e, consequentemente, novas abordagens narrativas que não são praticáveis nos meios de comunicação tradicionais, como o jornal, o rádio e a TV. Ao contrário da rigidez das mídias analógicas, as mídias digitais são ‘remisturáveis’ e reversíveis devido à sua fluidez, o que abre possibilidades narrativas com

potencial para expandir e/ou corrigir déficits anteriores de experiência e representação (Vicente, 2017).

Como também nos mostra Vicente (2011), são diversas as denominações para esse ‘novo’ jornalismo, como jornalismo digital, jornalismo *online*, webjornalismo e ciberjornalismo. Essas nomenclaturas são “em parte justificadas pela preponderância atribuída às características tidas como essenciais na sua fundação e desenvolvimento” (Vicente, 2011, p. 55). Entretanto, não é o objetivo deste trabalho discutir as particularidades de cada definição.

Os modelos de histórias *online* geralmente tomam diversas formas - alguns seguem à risca o modelo de mídia tradicional, enquanto outros tentam definir quais tipos de narrativas são próprias de um formato digital (Grabowicz, Hernandez, & Rue, 2014). Grabowicz, Hernandez e Rue (2014) se dedicaram a classificar os diferentes tipos de narrativas digitais, levando em conta a estrutura e os elementos centrais de cada uma. São eles: 1) histórias lineares: histórias que usam a estrutura da narrativa tradicional, com começo, meio e fim. Na maioria das vezes, são histórias que recriam eventos; 2) árvore de Natal: histórias digitais que têm o texto como elemento principal e usam elementos multimídia como complemento, como se fossem 'enfeites'. Geralmente, a parte multimídia fica ao lado do texto e, por isso, acaba sendo visualizada depois do texto ter sido lido; 3) multimídia embedada: uma história principal, que geralmente é contada em texto, e elementos multimídia embedados no meio dela para serem consumidos em pontos específicos da narrativa; 4) *Snow fall*: a reportagem multimídia publicada pelo *Times* sobre uma avalanche, que foi eficaz em integrar verdadeiramente os elementos multimídia num texto longo. Há mais detalhes sobre esse tipo de narrativa no tópico sobre Inovação no *Times*; 5) narrativas multimídia não-lineares: uma história recortada em tópicos que permitem que o próprio leitor escolha o que ver primeiro e em que ordem. Geralmente, cada parte da história é elaborada com o tipo de mídia mais apropriado, como vídeo no caso de cenas que têm muita ação; 6) narrativas multimídia não lineares com profundidade: histórias muito detalhadas, em que as partes são bem mais aprofundadas. É possível que um único viés da história tenha diferentes tipos de mídia (texto, vídeo e gráfico, por exemplo) e 7) multimídia imersiva: histórias que inserem o leitor num ambiente ou representação tridimensional da notícia. Nesse caso, são os elementos visuais que engajam o leitor na narrativa. Há exemplos com games em que o leitor pode realmente interagir com a história, por exemplo, decidir sob o ponto de vista de que personagem quer ler.

Atualmente, a inovação no jornalismo também está ultrapassando as barreiras estáticas da tela de um computador ou notebook para surgir em experiências imersivas - que são mais

completas e/ou melhor aproveitadas quando o utilizador tem acesso a dispositivos móveis, como o HMD, ou mesmo a smartphones.

Para Longhi e Flores (2017), as narrativas imersivas como tendência no jornalismo *online* abriram espaço para iniciativas que envolvem estratégias de inovação dentro das redações, como os *medialabs* e os laboratórios de experimentação.

Inovação é um conceito muito presente em qualquer levantamento a respeito da evolução das estratégias narrativas no jornalismo *online* em anos recentes. Em geral, esta concepção aparece associada à utilização de formas expressivas de maneira mais inovativa, abrangendo áudio, infografia, texto e imagem. Organizações de mídia de referência no jornalismo *online*, privadas ou não, têm se destacado neste campo, apresentando conteúdos inovadores em um ritmo mais intenso (Longhi & Flores, 2017, p. 37).

Ao explorar as potencialidades e características do jornalismo *online* e com base na leitura de autores como Deuze, Canavilhas e Elias Machado, Palacios (2002) estabelece seis elementos principais:

1) Multimedialidade e convergência: diz respeito à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência é a circulação e/ou disponibilização do conteúdo jornalístico em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade (Palacios, 2002).

2) Interatividade: o leitor participa diretamente do processo jornalístico, podendo opinar, compartilhar, enviar informações e se comunicar com outros leitores e/ou com o próprio jornalista. Palacios (2002) também apresenta o ponto de vista de Machado, que vê a interatividade também na própria notícia, considerando a navegação pelo hipertexto como uma situação interativa.

3) Hipertextualidade: a interconexão de textos através de *links*. Palacios ilustra o conceito com a explicação de Bardoel e Deuze. De acordo com os autores, a partir do texto noticioso, é possível fazer *links* com outros artigos complementares (textos, fotos, arquivos, sons, vídeos, animações etc) (Palacios, 2002).

4) Personalização: também chamada de individualização ou customização, significa a possibilidade de configuração dos conteúdos por parte do leitor de acordo com seus interesses. Acontece quando há a opção de pré-seleção dos assuntos e também da hierarquização. Assim, a página de abertura do site de notícias é carregada com os conteúdos previamente selecionados pelo leitor (Palacios, 2002).

5) Memória: o volume de informações produzidas e disponíveis é potencialmente muito maior no jornalismo *online*, porque é técnica e economicamente mais viável fazer isso na *web* do que em outras mídias (Palacios, 2002).

6) Instantaneidade do acesso e atualização contínua: a rapidez da produção, da publicação e do acesso ao conteúdo digital permitem com que o material dos portais *online* seja constantemente atualizado, o que possibilita, por sua vez, um acompanhamento contínuo dos assuntos ‘mais quentes’, praticamente em tempo real (Palacios, 2002).

Essas características do jornalismo *online* elencadas pelo autor foram as responsáveis por permitir novas empreitadas jornalísticas, que combinam texto, áudio, vídeo, fotos e diferentes *layouts*, na tentativa de sempre trazer o leitor o mais próximo possível da ‘verdade’ (Willis, 2003 como citado em de la Peña et al., 2010). Esse tipo de narrativa já era considerado por muitos autores como jornalismo imersivo. Porém, os avanços tecnológicos recentes propiciaram novas e mais profundas formas de imersão.

Por isso, algumas definições do conceito também estão se alterando com o passar do tempo. Segundo Alzamora e Tárzia (2012), o jornalismo imersivo é o conteúdo elaborado de modo a permitir que o leitor experimente as situações ou eventos de uma reportagem como protagonista.

Apesar de não ser nova a tentativa de trazer a notícia e a experiência vivida enquanto repórter o mais próximo possível do leitor ou telespectador, as tecnologias digitais ampliaram essas formas de participação e interação. A ideia fundamental do Jornalismo Imersivo seria permitir ao participante entrar em um cenário representativo da história, criado virtualmente (Alzamora & Tárzia, 2012, p. 31).

Para Vicente (2017), o jornalismo imersivo com o uso da Realidade Virtual transforma tanto o papel do produtor como o do utilizador. O autor argumenta a favor de uma melhor classificação para as narrativas digitais, que muitas vezes são definidas genericamente. “Ao transportar narrativamente o espectador para o epicentro de um evento [...] o jornalismo imersivo constitui-se como um media de experiência e já não apenas como um dispositivo expositivo unidirecional” (Vicente, 2017, p. 166).

Segundo o autor, é necessário consolidar o jornalismo imersivo enquanto instância de comunicação para que se possa ligar as condições dessa nova materialidade ao desenvolvimento de uma nova linguagem.

Para Uricchio (s.d.), autor do documento *Moments of innovation*, do MIT Open Documentary Lab e do IDFA DocLab, a palavra *medium* tem muitos significados em inglês, a maioria vinda do latim clássico. Mas, por uma estranha coincidência, dois significados ‘novos’ apareceram por volta de 1850 - um canal para comunicação em massa e um intermediário entre os vivos e os mortos. Um transmite informações do ponto ‘a’ para o ponto ‘b’ e o outro ‘faz presente’ o que está inalcançável. O impulso imersivo que o jornalismo vive agora parece

abraçar ambas as definições: nos contar sobre outro lugar e tornar esse lugar tão presente quanto possível (Uricchio, s.d.).

Nonny de la Peña já estudava as possíveis aplicações do jornalismo imersivo muito antes do reconhecimento que conquistou com *Hunger in L.A.* Em 2007, colaborou com a artista digital Peggy Weil para criar uma visita virtual à prisão de segurança máxima norte-americana na Baía de Guantánamo, em Cuba. Chamada *Gone Gitmo*, a experiência permite que os usuários sejam encarcerados e submetidos a técnicas de tortura. Esse projeto ainda não envolvia a utilização de um HMD. Para se movimentar pela prisão, os usuários utilizavam comandos do teclado ou controles de jogo e tinham o “poder de escolha ... investigando diferentes tópicos e aspectos sobre a notícia” (de la Peña et al., 2010, tradução nossa). Embora também seja definido como jornalismo interativo, esse tipo de narrativa em formato de jogo, chamado de *newsgames*, também é considerado imersivo.

Para de la Peña et al. (2010), a ideia fundamental do jornalismo imersivo é permitir que o participante realmente entre num cenário virtual que recrie ou represente a história da notícia - para isso, deve existir um avatar representando o utilizador.

O participante será tipicamente representado na forma de um avatar digital, uma animação 3D, e ele verá o mundo pela perspectiva em primeira pessoa deste avatar. Num sistema imersivo ... em que a pessoa só veja seu corpo real e o avatar através das sombras e reflexos nos objetos virtuais deste ambiente, mesmo que outras pessoas *online* possam ver esse avatar diretamente (de la Peña et al., 2010, p. 292, tradução nossa).

É importante destacar que o jornalismo imersivo não se resume ao conteúdo produzido em Realidade Virtual. Tanto a combinação de diferentes elementos (como foto, vídeo, texto e infográfico) quanto *newsgames* e outras experiências que buscam colocar o leitor como elemento participante da notícia podem se encaixar nessa categoria. Essa falta de rigor nas definições acaba fazendo com que um mesmo conceito acabe abrangendo muitas narrativas diferentes. Por isso, é válido lembrar a defesa de uma “taxonomia das espécies narrativas”, defendida por Vicente (2017), “não para as cristalizar e constranger, mas visando um estado de classificação capaz de organizar uma gramática que apoie produtores e receptores”. Mas, como ainda não há uma definição precisa, existem diversos níveis possíveis de imersão dentro do jornalismo imersivo. Há também uma profunda diferença entre uma experiência imersiva em Realidade Virtual, como a que pode ser alcançada com o uso de um HMD, e a experiência alcançada através do monitor de um computador padrão (de la Peña et al., 2010).

Por fim, é fundamental relembrar que vídeos em 360°, que são o foco deste trabalho, são apenas uma das formas de produção tanto de jornalismo imersivo como de conteúdo em Realidade Virtual.

2.3. Empatia

Uma das principais vantagens levantadas por pesquisadores de experiências jornalísticas imersivas em Realidade Virtual é a capacidade que este tipo de conteúdo tem de gerar empatia no público. Empatia, segundo Houaiss e Villar (2002, p. 1458), autores do dicionário Houaiss, é a “capacidade de se identificar com outra pessoa, de sentir o que ela sente, de querer o que ela quer, de apreender do modo como ela apreende etc” ou o “processo de identificação em que o indivíduo se coloca no lugar do outro e, com base nas suas próprias suposições ou impressões, tenta compreender o comportamento do outro”. Ou seja, a Realidade Virtual pode ser uma ferramenta que permite que o utilizador se coloque no lugar do outro e sinta o que os personagens daquela história sentem.

O diretor-fundador do Laboratório de Interação Virtual Humana da Universidade de Stanford, Bailenson (2016), endossa essa ideia. Segundo ele, estudos realizados na universidade indicaram que quem viveu experiências de pessoas com necessidades especiais através da Realidade Virtual passou a ser mais prestativo.

Em um estudo em que os grupos participantes eram daltônicos na realidade virtual ou simplesmente imaginavam que eram daltônicos, aqueles que tiveram a experiência da limitação visual na realidade virtual se mostraram mais propensos a passar mais tempo ajudando alguém que tinha esse tipo de deficiência após o estudo. Em outro caso, descobrimos que alguém que se torna um super-herói na simulação se torna mais prestativo na vida real. Esses resultados mostram que uma experiência imersiva, na qual você realmente se sente no lugar de outra pessoa, ou sente como se ganhasse uma nova habilidade, pode ter um impacto especial nos seus pensamentos e comportamentos na vida real (Bailenson, 2016).

Ao falar sobre empatia, de la Peña (2016) argumenta que a capacidade que a VR tem de fazer do corpo parte da experiência é o que cria um engajamento e uma reação emocional com os eventos que são representados. Isso significa que, quanto mais envolvido fisicamente no ambiente virtual o utilizador estiver, maior será o grau de empatia.

Durante uma participação no TED2015, o artista visual e CEO da empresa de Realidade Virtual Within, Milk (2015), defendeu que a Realidade Virtual é uma máquina dedicada a nos tornar ‘mais humanos’. Para ele, a VR é capaz de conectar humanos com outros humanos de uma forma muito mais profunda do que qualquer outro meio de comunicação - e isso pode mudar a percepção que temos sobre os outros. Milk (2015, tradução nossa) encontrou na Realidade Virtual “um potencial para realmente transformar o mundo”.

A busca de Milk pela produção de conteúdos empáticos deve ser comentada. Ele iniciou sua carreira trabalhando com filmes, mas decidiu experimentar novas tecnologias para contar

histórias de formas diferentes. Em 2010, criou, em colaboração com a banda Arcade Fire, um site interativo chamado *The wilderness downtown*⁵, em que, após o utilizador inserir o endereço onde morou na infância, começam a surgir janelas de vídeo no navegador que mostram um adolescente correndo numa rua. Então, aparecem imagens do Google Street View e do Google Maps e o utilizador percebe que a rua onde o adolescente está escorrendo é a rua onde passou a infância. Por fim, quando o adolescente para, ele está na frente da casa do usuário. Segundo Milk (2015), sua primeira empreitada fora do mundo do cinema emocionou as pessoas de uma forma mais profunda do que quando elas viam seus filmes. Mais tarde, em 2012, ele criou outro projeto chamado *The treachery of sanctuary*, uma projeção interativa que transforma o usuário que está de frente para o painel em pássaro, vide Imagem 3. Segundo o produtor, as reações foram ainda mais viscerais que as do projeto anterior.



Imagem 5 - The Treachery of Sanctuary

Fonte: Hobson, 2015

Entretanto, Milk não estava satisfeito com o fato de ter que inserir o usuário dentro do ‘quadro’. “Eu não quero você no quadro, eu quero você através da janela, quero você do outro lado, dentro daquele mundo, habitando aquele mundo” (Milk, 2015, tradução nossa). O produtor começou a experimentar, então, a Realidade Virtual - e produziu, em colaboração com a Organização das Nações Unidas (ONU), o filme *Clouds over Sidra*, que conta a história de

⁵ Disponível em <http://www.thewildernessdowntown.com/>

uma garota de 12 anos chamada Sidra que vive num campo de refugiados na Jordânia. Sidra e sua família fugiram da Síria pelo deserto e viviam nesse campo há um ano e meio. Milk (2015) explica que, quando você vê esse filme com um HMD, você vê em 360° e pode olhar em todas as direções. Além disso, segundo ele, o poder de criar empatia em circunstâncias como essas se torna enorme.

Quando você está sentado no quarto da garota, observando-a, você não está assistindo através de uma tela de televisão, você não está olhando por uma janela, você está sentado com ela. Quando você olha para baixo, está sentado no mesmo chão que ela está sentada. E, por isso, você sente sua humanidade de uma maneira mais profunda. Você sente empatia por ela de uma maneira mais profunda (Milk, 2015, tradução nossa).

Segundo Milk (2015), o poder de gerar empatia pode mudar a forma de ver o mundo de muita gente. Ele levou o filme *Clouds over Sidra* ao Fórum Mundial Econômico, onde muitas pessoas cujas decisões afetam milhões de vidas puderam assistir. “E essas são pessoas que, de outra forma, não estariam sentadas numa tenda num campo de refugiados na Jordânia. E durante uma tarde na Suíça, de repente, todos estavam lá” (Milk, 2015, tradução nossa). Chris Milk encontrou na Realidade Virtual uma forma de comover pessoas, como ele buscava desde o princípio. Ele iniciou outros trabalhos com o mesmo aspecto de denúncia social em colaboração com a ONU e têm se esforçado em exibí-los para quem realmente tem o poder de mudar a vida das pessoas dentro do filme.

Para Laws (2017), nem todo o conteúdo imersivo ou em VR gera empatia. Após uma análise aprofundada da definição de empatia e um estudo com peças importantes do jornalismo imersivo, a autora elenca alguns fatores que são fundamentais para que se crie um ambiente empático. São eles: o reconhecimento das expressões faciais dos personagens, um papel claro para o espectador dentro da história (ou seja, o usuário precisa entender se está na pele de um personagem ou se está ali como ele mesmo, testemunhando a história) e um contexto (ou seja, um background com informações para que seja possível entender melhor o que acontece com determinado personagem).

3. *The New York Times*: Estudo de caso

Fundado em 1851 pela empresa The New York Times Company, o jornal estadunidense *The New York Times*, muitas vezes abreviado como *NYT* ou apenas *Times*, é um dos veículos jornalísticos mais respeitados no mundo e também uma referência quando se fala em inovação e pioneirismo. O *NYT* acumula mais prêmios Pulitzer⁶ que qualquer outra organização de mídia.

⁶ Premiação norte-americana anual de excelência em jornalismo, literatura e música

Sua versão digital, lançada em 1996, também coleciona prêmios e recordes de audiência – e, atualmente, já é sua fonte de receita mais importante. Em 2006, o *NYT* lançou seu laboratório experimental, o NYT Labs, “com o objetivo de trazer um olhar precursor para novos produtos jornalísticos, identificando tendências e tecnologias ... com antecedência de três a cinco anos” (Longhi & Flores, 2017, p. 32-33).

O *Times* marcou também a história do jornalismo *online* em dezembro de 2012, quando publicou uma grande reportagem multimídia chamada *Snow fall*⁷ sobre uma avalanche mortal no estado de Washington. A matéria do repórter John Branch foi feita em formato *longform*, ou seja, foi uma matéria longa e em profundidade - dividida em seis blocos, com gráficos interativos, fotos, biografias e vídeos. Além de Branch, integraram a equipe 11 especialistas em gráficos e design, um fotógrafo, três pessoas de vídeo e uma pesquisadora.

O trabalho, considerado inovador, conseguiu unir de forma consistente os elementos multimídia com o texto, formando uma unidade coesa e com *layout* muito trabalhado. Justamente por isso, foi recompensado com 2,9 milhões de visitas e 3,5 milhões de *page views* nos primeiros seis dias após sua publicação (Malik, 2013) e também com um prêmio Pulitzer. “A reportagem se destacou não apenas pelo formato, mas também pela apuração, pela contextualização do acontecimento e pelas possibilidades de interação proporcionadas aos internautas” (Becker & Barreira, 2013). Devido à enorme repercussão, o nome da matéria, *Snow fall*, acabou se tornando também o nome dado às reportagens do mesmo estilo que surgiram posteriormente.

3.1. Inovação no *Times*

O *The New York Times* começou a falar mais abertamente sobre inovação quando, em 2014, vazou um relatório confidencial chamado *Innovation*, que analisava o desempenho da organização, principalmente o seu conteúdo noticioso. Inclusive, no relatório, a reportagem *Snow fall* é considerada como um caso de inovação sustentável (Longhi & Flores, 2017). Produzido por 12 integrantes do *Times*, o relatório de 96 páginas utilizou análise de métricas e dezenas de entrevistas com profissionais de dentro e fora do jornal (Fontoura, 2015). A primeira parte do documento, *Growing our audience*, investiga as práticas para distribuir melhor o conteúdo pela Internet e, assim, fazer crescer a audiência.

As realidades de uma Internet confusa e um mundo móvel distraído requerem esforço extra para fazer nosso jornalismo chegar aos leitores. Esse trabalho

⁷ Disponível em <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>

exige criatividade, julgamento editorial e oferece-nos a oportunidade de garantir que nosso jornalismo aterrisse com impacto ainda maior (*The New York Times*, 2014, tradução nossa).

Na segunda parte, *Strengthening our newsroom*, o relatório se dedica a investigar os esforços tomados pela organização para “tornar a redação - e a empresa, de um modo geral - mais preparada para lidar com a disrupção digital” (Fontoura, 2015). Aumentar as trocas e colaborações entre a redação e a área de negócios; se desprender das tradições vindas do impresso; transformar a redação em mais nativa digital com uma equipe de estratégia integrada nos projetos e analisar competidores e tendências são os principais tópicos levantados.

É interessante observar que, mesmo o *The New York Times*, que é uma grande referência de jornalismo e que mostrou seus avanços no digital em casos como a reportagem *Snow fall*, ainda admitiu ter dificuldades e estar atrasado e inseguro no ambiente digital, como foi visto no relatório.

Um ano após o vazamento, o *Times* implementou todas as recomendações da tarefa que foram propostas no documento. Sulzberger Jr. (2015), editor do jornal, declarou que a experimentação virou regra na redação e que, se não houver falhas ocasionais, é porque não está havendo esforço suficiente. Não por acaso, em outubro de 2015, o jornal divulgou a marca de 1 milhão de assinaturas digitais. Em 2017, pela primeira vez a receita de assinaturas digitais (83 milhões de dólares, no segundo trimestre) superou a de publicidade em mídia impressa (77 milhões de dólares) (Folha de S.Paulo, 2017).

Em janeiro de 2017, o *Times* decidiu publicar um novo relatório, com resultados e novas avaliações, desta vez mais positivas. O *Relatório de 2020* descreve em 37 páginas “grandes avanços para preencher as lacunas delineadas há três anos: a audiência digital do *Times* está crescendo ao invés de encolher; a redação incluiu dados e análises no seu dia-a-dia; há uma estratégia digital claramente definida” (Mullin, 2017, tradução nossa). O documento se dedica a estabelecer novas metas para áreas como o jornalismo visual, o engajamento de leitores, o aumento do treinamento em redação e a ampliação da diversidade no quadro de funcionários. Um dos esforços necessários levantados pelo relatório é a produção de conteúdos multimídia e a criação de mais narrativas não-tradicionais. Segundo o documento, 12 novos jornalistas serão contratados para integrar vídeos e gráficos interativos nas notícias.

Por fim, na descrição na página “Who we are” (quem somos em português) no portal da editora do *Times*, a empresa reforça mais uma vez a inovação como um de seus principais valores.

Hoje, através da nossa história, a inovação permeia cada aspecto do nosso negócio. Do uso de multimídia em nosso jornalismo em formato *longform* até

a missão do nosso departamento de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) de olhar ao redor e identificar as mudanças iminentes na tecnologia que vão afetar nosso negócio e nossos clientes. Nós permanecemos comprometidos com inovação porque é o que somos, está tão profundo em nossas veias como o comprometimento de mantermos os mais altos padrões no nosso jornalismo (The New York Times Company, s.d., tradução nossa).

Com esses exemplos acima pretendemos demonstrar a relevância que a inovação tem dentro do *The New York Times*. Talvez, justamente por isso, o jornal tenha sido o primeiro grande veículo a lançar um canal diário de conteúdo imersivo, o *The Daily 360*.

3.2. *The Daily 360*

O *The New York Times* foi um dos pioneiros na produção de reportagens em Realidade Virtual. Em abril de 2015, o veículo fez sua estreia no uso da tecnologia quando a *New York Times Magazine* (NYTMag), em parceria com a Vrse⁸, produziu um especial sobre *street art* chamado *Walking New York*. Alguns meses depois, em novembro de 2015, o *Times* anunciou que daria continuidade à produção de conteúdo em VR com o lançamento de um aplicativo gratuito chamado NYT VR - e, paralelamente, distribuiria 1 milhão de Google Cardboards para seus assinantes. Duas reportagens foram lançadas com o app. Além da já mencionada *Walking in New York*, *Displaced*, que mostra a perspectiva de três crianças que deixaram seus lares por causa da guerra (uma do Sudão do Sul, uma da Ucrânia e uma da Síria) e foi a premiada no festival de cinema de Cannes. Essa segunda reportagem também foi produzida em parceria com a Vrse.

O próximo grande passo do NYT na produção de conteúdo em VR foi dado um ano depois do lançamento do aplicativo. Em novembro de 2016, a agência de notícias lançou o projeto *The Daily 360* com o apoio da Samsung. Os jornalistas do *Times* ao redor do mundo receberam equipamentos para cumprir a missão de trazer um novo vídeo 360° todos os dias. Com esse projeto, veio a ambiciosa missão de transformar o conteúdo VR e os vídeos em 360°, que antes eram produzidos apenas esporadicamente, num conteúdo tão comum como galerias de fotos.

Para a Samsung, é uma chance de adicionar dinamismo à sua biblioteca de conteúdo ... Uma promessa de algo novo todos os dias a partir de um provedor de conteúdo que o público já conhece e valoriza não é pouca coisa num campo emergente como a VR (Etherington, 2016, tradução nossa).

⁸ A Vrse, que mudou de nome e atualmente se chama Within, é uma produtora especializada em conteúdo VR fundada por Chris Milk (citado no tópico sobre empatia)

Um dos pontos destacados pelo jornal no lançamento do projeto é que esses vídeos permitem uma nova maneira de experimentar o jornalismo do *Times* e também são ‘acessíveis’, pois não precisam necessariamente de um HMD para serem consumidos. “Os vídeos imersivos o colocam no centro da cena, permitindo que você olhe para a esquerda, para a direita, para cima, para baixo e para trás. E podem ser vistos em seu telefone, tablet ou computador” (*The New York Times*, 2016).

4. Metodologia

A pesquisa realizada neste trabalho foi feita por meio de um conjunto de técnicas chamado de análise de conteúdo, que, de acordo com Bardin (1977, p. 38), “utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.” Nessas técnicas, o próprio analista faz a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo das comunicações e define as unidades de codificação e de registro para poder fazer uma interpretação dessas mesmas comunicações.

O objetivo da análise de conteúdo, segundo Bardin, é a inferência de conhecimentos relacionados ao conteúdo. Essa inferência recorre aos indicadores (quantitativos ou não). Isso quer dizer que o propósito dessa análise é interpretar o conteúdo aparente a partir dos indícios levantados pela análise. Henry e Moscovici (1968 como citado em Bardin, 1977, p. 28) dizem que “qualquer análise de conteúdo visa, não o estudo da língua ou da linguagem, mas sim a determinação mais ou menos parcial das condições de produção dos textos, que são o seu objeto. O que tentamos caracterizar são estas condições de produção e não os próprios textos.”

No caso deste trabalho, o objetivo é compreender quais temas foram mais ou menos explorados pelo projeto *The Daily 360*, do *The New York Times*, e também os possíveis motivos que guiaram as escolhas temáticas. Outro propósito é identificar padrões e especificidades, assim como entender as escolhas geográficas e de duração, desvendar e explorar os detalhes de cada conteúdo produzido. Por isso, foi utilizado um método que é chamado por Bardin (1977, p. 37) de método das categorias: “espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivas da mensagem.” Os códigos sistematizados foram palavras e minutos. O conteúdo da amostragem foi fragmentado e reagrupado de diversas formas (temas, subtemas, duração, principais palavras etc) e depois analisado e interpretado. A partir da fragmentação temática, pudemos notar que, na amostragem, havia uma porcentagem maior de artigos sobre Política do que sobre Ciência e

Tecnologia. A partir desse resultado, podemos inferir (deduzir de maneira lógica) que o projeto se importou mais com a cobertura das eleições do que com expedições da Nasa, por exemplo.

Para sistematizar as características de cada conteúdo da amostragem, foram elaborados minirresumos de cada vídeo da amostragem em texto (Apêndice 1) e uma planilha (Apêndice 2) com as seguintes divisões: editoria, subeditoria, local, duração, *tags*, e artigo multimídia.

5. Dados

O projeto *The Daily 360* do *The New York Times* foi escolhido para análise por ser um dos mais relevantes em termos de quantidade de conteúdo em 360° produzida por um veículo jornalístico de referência. Desde seu lançamento, em novembro de 2016, pelo menos um vídeo por dia é publicado, com raras exceções. A amostragem selecionada para a pesquisa é composta por todos os vídeos publicados durante os primeiros quatro meses do projeto, ou seja, de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 - num total de 120 vídeos. É importante destacar que, nesse período, ocorreu a eleição presidencial nos EUA, o que aumentou considerável e naturalmente a quantidade de conteúdos com esta temática - o que pode influenciar os resultados.

A decisão de não incluir de outros projetos em Realidade Virtual publicados pelo *Times* foi tomada com o intuito de manter os dados do estudo com certa compatibilidade. A pressão para que haja um vídeo por dia faz com que muitos conteúdos que poderiam ser melhor filmados, produzidos e editados acabem sendo publicados sem a qualidade, a duração ou o refinamento que poderiam ter. Por isso, os outros conteúdos de VR do *Times* não foram considerados compatíveis para esta análise.

Dos vídeos selecionados, foram coletados os seguintes dados: editoria, subeditoria, localidade, tempo de duração, *tags* (ou seja, palavras-chave relacionadas aos temas) e, ainda, se o vídeo integrava ou não uma matéria com outras mídias, como texto, fotos, infográficos e mapas. As editorias escolhidas para a categorização podem ser vistas no Quadro 2.

Quadro 2 - Lista de editorias

EDITORIAS
Esporte
Ciência e Tecnologia
Cultura
Lifestyle
Mundo
País
Política

Para essa primeira divisão, foram escolhidos temas mais abrangentes dentro dos conteúdos analisados. Essas editorias são geralmente utilizadas para dividir as notícias dos jornais, juntamente com economia, mas, não houve nenhum vídeo com foco nesta categoria.

Já as subeditorias são mais específicas que as editorias, para afunilar a temática de cada conteúdo, como podemos ver no Quadro 3. Algumas subeditorias ainda mais específicas como Racismo, Fronteira com o México e Refugiados foram criadas devido a quantidade elevada de conteúdos com estas temáticas.

Quadro 3 - Lista de subeditorias

SUBEDITORIAS
Artes plásticas
Beisebol
Boxe
Dança
Curiosidade
Direitos humanos
Espaço
Esportes radicais
Eleições
Fronteira com o México
Futebol americano
Gastronomia
Guerra
Legalização da maconha
Manifestações
Maratona
Meio ambiente
Mobilidade
Moda
Música
Racismo
Refugiados
Rodeio
Teatro
Turismo

Para as *tags*, foram escolhidas as palavras-chave de cada conteúdo, ainda mais específicas que as divisões anteriores. Por exemplo, num vídeo sobre os torcedores do Chicago Cubs comemorando a vitória do time, a editoria é Esporte, a subeditoria é Beisebol e as *tags* são beisebol, chicago cubs, vitória, torcedores, festa e comemoração. Em relação à localidade, foi extraído o máximo de informação possível do que estava disponível em cada vídeo. Alguns conteúdos estão com cidade, estado e país; alguns só com estado e país; alguns só com cidade e país (no caso de cidades localizadas em países que não os EUA); e outros apenas com país. No caso de Nova Iorque, quando a informação está disponível, foi adicionado o borough (Manhattan, Brooklyn, Queens, Bronx e Staten Island). A duração de cada vídeo também foi coletada, inclusive para que fosse possível fazer uma média.

Além dos dados já mencionados, também foi elaborado um documento com um pequeno resumo do que se passa em cada vídeo analisado (Apêndice 2). Esse documento foi de extrema importância para o processo de categorização e também tem a função de auxiliar o leitor a compreender melhor qual o tema de cada conteúdo e como foi abordado. Os resumos foram elaborados com base na descrição e tradução dos vídeos pelo *Times*.

6. Análise de conteúdo

A análise será em forma de estatística descritiva. Primeiro, será feita uma apresentação geral dos dados coletados (editoria, subeditoria, localidade, tempo de duração, *tags*, integração com artigos multimídia e localidades). Na sequência, será feita uma análise separada por editoria, com o objetivo de identificar especificidades em cada uma delas. Porém, nem todos os resultados levantados foram considerados relevantes para o estudo. Tanto em relação aos gráficos como às suas possíveis interpretações, foram selecionados apenas os resultados considerados relevantes e expressivos por nós e que podem realmente trazer alguma contribuição para o estudo. Por exemplo, não foram feitos gráficos para a editoria de Ciência e Tecnologia, porque ela só apresentou dois conteúdos - da mesma subeditoria, Espaço.

6.1. Editorias

No que diz respeito às editorias, os temas predominantes foram País, com 30,83% do total, e Mundo, com 28,33% do total. Em seguida, ficaram Cultura, com 11,67% do total, Lifestyle, com 10,83% do total, Política, com 9,17% do total, Esporte, com 7,5% do total e Ciência e Tecnologia, com 1,67% do total, como podemos observar no Gráfico 1. O fato da editoria País ter sido a recordista de publicações não surpreende, porque o projeto *The Daily*

360, assim como o *The New York Times*, está sediado em Nova Iorque e tem como público principal os norte-americanos. Logo, os assuntos que envolvem o país são de interesse primordial para os principais consumidores do conteúdo. Além disso, Nova Iorque, onde fica a sede da empresa, é o local mais fácil para a produção de conteúdos, devido à quantidade e disponibilidade de jornalistas.

Ao mesmo tempo, durante a análise das peças, ficou evidente que o projeto *The Daily 360* tem tendência a explorar curiosidades, ou seja, a mostrar locais improváveis, situações inusitadas e eventos curiosos. É possível que isso justifique a editoria Mundo ser a próxima no ranking de quantidade de conteúdo. O projeto aproveitou o grande volume de correspondentes do *Times* ao redor do mundo para, além de reportar notícias importantes fora dos EUA, mostrar um lado curioso de lugares provavelmente desconhecidos pela maioria do público. Não por acaso, dentro da editoria Mundo, a subeditoria Curiosidade se destacou em primeiro lugar, ou seja, como o tipo de conteúdo mais publicado (como será mostrado mais adiante, no Gráfico 10).

Outro fator interessante identificado é que, mesmo em época de disputa eleitoral para a presidência, as editorias de Cultura e Lifestyle - além das de País e Mundo - tiveram mais publicações que a editoria de Política. O resultado provavelmente está relacionado com a já citada qualidade de ‘explorador de curiosidades’ do projeto. Experimentar diversos ângulos de uma orquestra, de um grupo de dança ou de uma viagem de aventura pode ser visualmente muito mais interessante do que um debate ou do que uma entrevista com um político, por exemplo. É importante destacar também que a categorização da editoria de Política foi focada no poder executivo. Assuntos relacionados ao tema, como Manifestações, ficaram em País ou Mundo.

Em Cultura, Música foi a principal subeditoria com seis artigos (42,86% do total). Em seguida, ficaram as subeditorias de Artes plásticas e Dança, com três artigos (21,43% do total) cada uma. E em Lifestyle, a subeditoria Turismo foi destaque também com seis artigos (46,15% do total). É interessante ressaltar que três destes seis artigos de Turismo eram parte de uma série de reportagens sobre viagem do *Times* intitulada *52 Places to Go*. Ou seja, eles também foram usados como conteúdo para uma série já existente do veículo. Em seguida, ficou a subeditoria de Gastronomia, com três artigos (23,08% do total).

Por fim, os conteúdos de Esporte e, principalmente, de Ciência e Tecnologia foram muito reduzidos. O resultado pode parecer uma contradição, tendo em vista que, em termos de imagens vibrantes e ângulos inusitados, ambas as categorias possam ter muito a oferecer. É

provável que a filmagem desses conteúdos seja mais complexa devido ao dinamismo (no caso dos esportes) e detalhismo (no caso de tecnologia) e exija mais tempo e técnica (e talvez mais equipamentos) do que os disponíveis para os jornalistas envolvidos no projeto. Ou seja, por ser um conteúdo publicado diariamente, o projeto optou por priorizar filmagens mais simples, com menos complexidade técnica. Outra observação interessante é que um dos conteúdos de Ciência e Tecnologia pertence a uma série chamada *Life On Mars* (vida em Marte em português).

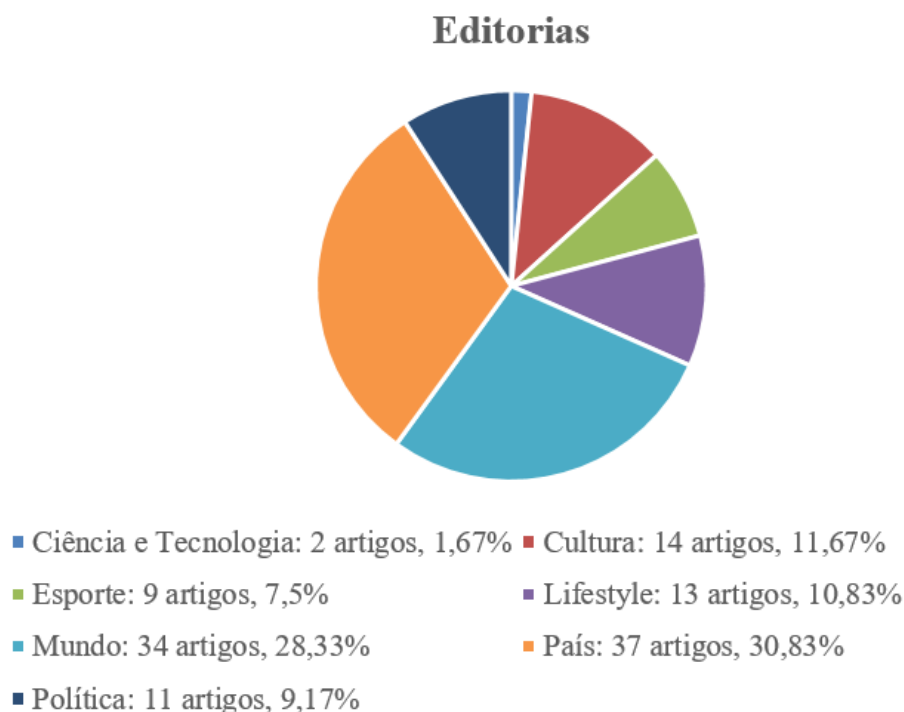


Gráfico 1 - Conteúdo publicado pelo *The Daily 360* entre novembro de 2016 e fevereiro de 2017 dividido por editorias

Fonte: *The New York Times*

6.2. Subeditorias

Foram criadas 32 subeditorias para categorizar o conteúdo nesta segunda etapa, desta vez buscando mais especificidade nos temas, como podemos ver no Gráfico 2. Dentre elas, a editoria Curiosidade obteve destaque ao rotular 18 artigos, ou seja, pouco menos que um sexto do conteúdo total analisado. Foram catalogados como Curiosidade artigos com temas considerados inusitados, pitorescos e excêntricos por nós. Por exemplo, o vídeo *Powering up the Grand Canyon* mostra o trabalho de um funcionário da maior empresa de eletricidade do Arizona, manter acesas as luzes no Grand Canyon. O emprego do homem é original e peculiar e, por isso, o vídeo foi categorizado como Curiosidade. Outro exemplo de conteúdo que foi

categorizado com a subeditoria Curiosidade é o vídeo *Take a spin through the disco era*, que mostra a única pista de patinação coberta de Nova Iorque que também funciona como boate. O resultado elevado de vídeos com essa temática inusitada reforça a tendência de exposição de fatos curiosos do projeto *The Daily 360*, como foi observado acima. Além disso, a subeditoria Curiosidade também foi a maior na editoria Mundo.

A subeditoria Manifestações também se destacou, com 12 vídeos (10% do total). O acampamento na reserva Standing Rock teve grande cobertura por parte do projeto no período analisado. No final de 2016, a construção de um oleoduto de petróleo chamado Dakota Access - que transportaria petróleo através de terras sagradas para a tribo Sioux e por baixo do rio Missouri, que fornece água potável para 17 milhões de americanos - gerou revolta e controvérsia entre muitos americanos. Manifestantes montaram um acampamento na Dakota do Norte para bloquear a construção do oleoduto. Foram publicados, no total, quatro vídeos sobre o acampamento em Standing Rock (um dos assuntos com maior quantidade de artigos no geral), cada um com um olhar diferente sobre o protesto. Um deles coloca o espectador na cozinha do acampamento, onde eram preparadas refeições para centenas manifestantes. Outro mostra o ponto de vista de um morador da reserva indígena, que discute sua relação com a terra e a água e seu medo pelo futuro. Um terceiro vídeo mostra uma celebração musical realizada pelos manifestantes logo após o exército ter anunciado que exploraria rotas alternativas para o oleoduto. E, por fim, o último mostra o acampamento sendo evacuado após meses de ocupação por ordem do governador da Dakota do Norte. Os manifestantes queimaram toda a estrutura do acampamento em protesto à ordem de evacuação.

A opção do projeto por abordar de diversos ângulos um protesto que teve enorme repercussão tanto nacional como internacional foi bastante coerente e acertada do ponto de vista editorial, principalmente porque foi um acampamento que durou meses e teve muitas reviravoltas. Além disso, o protesto possibilitou a captação de além de imagens impactantes e teve grande apelo ambientalista. É interessante notar a transição do estado de espírito dos manifestantes - de comemoração no terceiro vídeo e de revolta no quarto vídeo. O vídeo da comemoração, publicado em 4 dezembro de 2016, foi sobre a ordem do então presidente Obama de parar a construção. Porém, no último vídeo sobre a evacuação, publicado em 23 de fevereiro de 2017, Donald Trump já havia sido empossado e autorizado novamente a obra.

Outras manifestações que foram marcantes no período analisado e que devem ser destacadas foram as reações à vitória da eleição presidencial do candidato republicano Donald Trump. Há três vídeos especificamente sobre isso e que foram publicados em sequência: o

primeiro mostra o protesto e conflito entre manifestantes pró e contra Trump no dia em que ele foi anunciado como o 45º presidente dos EUA; o segundo é sobre protestos anti-Trump ao redor do mundo em solidariedade às mulheres nos EUA e o terceiro mostra a gigantesca marcha das mulheres que aconteceu em Washington contra a eleição de Trump. Há mais fatores instigantes que foram revelados pela cobertura das eleições no projeto e que serão melhor detalhados mais adiante no texto.

Outra subeditoria que se destacou dentro da amostra foi a de Celebrações. O resultado está relacionado com o período analisado, que incluiu o dia de Ação de Graças, o Natal, o Ano Novo e o Carnaval. Como as datas são celebradas quase no mundo todo, o projeto aproveitou para mostrar diferentes rituais dessas tradições.

Subeditorias

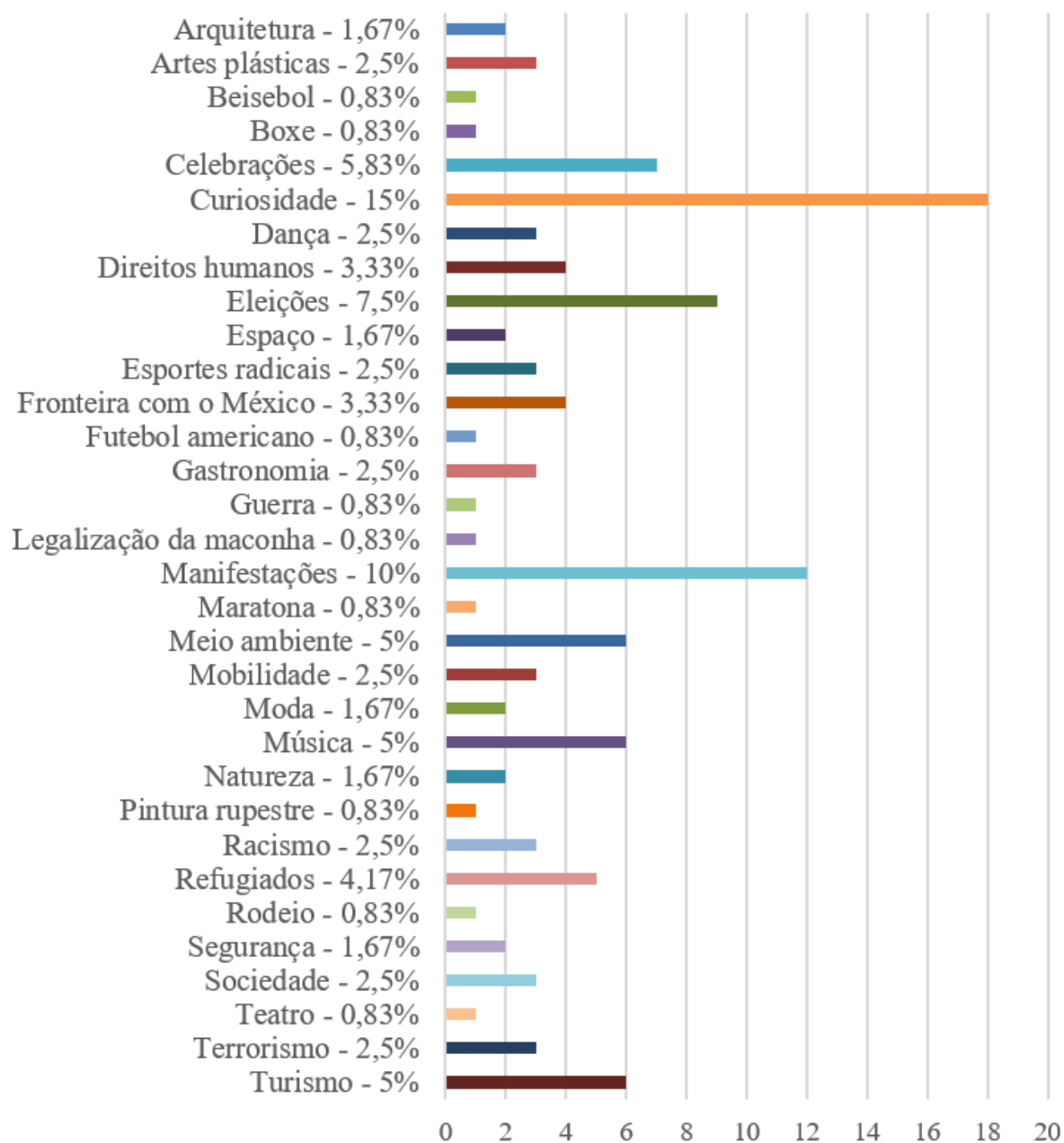


Gráfico 2 - Conteúdo publicado pelo *The Daily 360* entre novembro de 2016 e fevereiro de 2017 dividido por subeditorias

Fonte: *The New York Times*

6.3. Duração

Em relação à duração dos vídeos, a média de tempo foi de 1 minuto 25 segundos e a mediana de 1 minuto 20 segundos - sendo o menor vídeo de todos (de Esporte) um com 32 segundos e o maior de todos (de Ciência e Tecnologia) um com 5 minutos e 4 segundos. É interessante notar que poucos vídeos ultrapassaram os 2 minutos de duração e a maioria se manteve na mesma faixa entre 43 segundos e 1 minuto e 26 segundos - como podemos ver no Gráfico 3.

O tempo relativamente curto dos vídeos provavelmente se dá por uma série de fatores. Primeiramente, pelo caráter diário das publicações. Como a ideia é que o usuário acompanhe todo o projeto, não é viável que ele ‘se canse’ ao assistir um único conteúdo. Ou seja, o *The Daily 360*, por esse lado, segue a lógica de um jornal diário, deixando o aprofundamento dos temas abordados ou para os outros elementos que os acompanham (como texto, fotos, mapas, vídeos e infográficos) ou para outro projeto que seja semanal, mensal, bimestral etc.

Outro fator que provavelmente deve ter sido levado em consideração é que muitos usuários que consomem conteúdo em vídeos em 360° ou em VR com um HMD reportam sentir vertigens e náuseas ao passar muito tempo dentro do ambiente virtual. Portanto, o projeto poderia perder público se se entusiasmasse demais com a duração dos vídeos. Por fim, outra razão pode ser a qualidade do material, que, apesar de muitas vezes trazer um tema curioso e interessante com um olhar inédito, provavelmente não prenderia o leitor por muito tempo pela falta de tratamento na produção, filmagem e edição, que são consequências da pressão em publicar pelo menos um vídeo por dia.

Há também a questão da duração ser adequada para o compartilhamento nas redes sociais. Vídeos na Internet são responsáveis por mais da metade de todo o tráfego IP e há previsões de que em 2019 serão responsáveis por 80% do total, “graças à evolução dos serviços avançados como Ultra High Definition e vídeo esférico 360 graus” (O Globo, 2015). Os vídeos do projeto são enxutos, diretos, curiosos e interativos, ou seja, têm muito potencial para serem compartilhados nas redes sociais do *The New York Times* e possivelmente foram criados dessa forma justamente para isso.

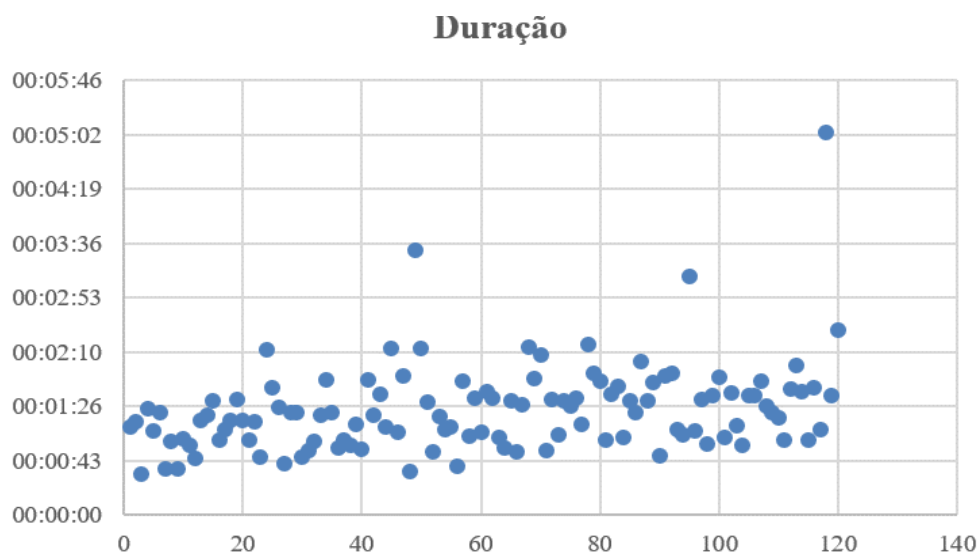


Gráfico 3 - Duração dos vídeos publicados pelo *The Daily 360* entre novembro de 2016 e fevereiro de 2017

Fonte: *The New York Times*

Outra observação em relação à duração dos vídeos é que os conteúdos de Ciência e Tecnologia obtiveram a maior média, como podemos observar no Gráfico 3. São apenas dois vídeos nessa categoria - um tem a maior duração total e o outro tem a terceira maior. O resultado pode ser devido ao menor número de conteúdos disponíveis nessa editoria (dentro do recorte temporal) como forma de ‘compensar’ a falta de conteúdo com essa temática.

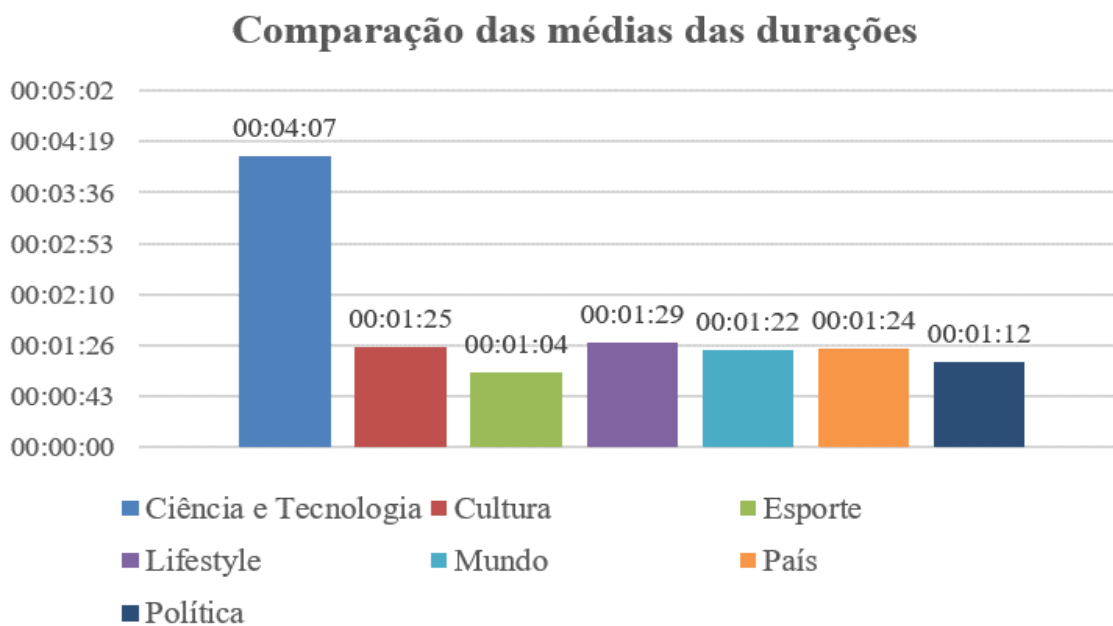


Gráfico 4 - Médias de duração dos vídeos publicados pelo *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 (por editoria)

Fonte: *The New York Times*

6.4. Artigos multimídia

Um aspecto que também foi analisado foi se os conteúdos integravam ou não um artigo multimídia, ou seja, se foram feitos sozinhos ou se faziam parte de um artigo maior, que poderia incluir texto, fotos, mapas, infográficos ou outros vídeos (incluindo vídeos 360°). Todos os vídeos foram publicados separadamente e podem ser entendidos sozinhos no canal do *The Daily 360* no *Times*. Isso porque, mesmo que de forma superficial em alguns casos, o título e as legendas já permitem que o leitor compreenda o conteúdo por si só - sem precisar necessariamente ver o artigo multimídia, se houver um. Para descobrir se determinado vídeo também integrava outro artigo, consultamos se havia um *link* logo abaixo do vídeo, chamado pelo *Times* de ‘related article’ (artigo relacionado em português).

Do total de vídeos da amostragem, 40% foram publicados como ‘peça única’, ou seja, sem outros elementos os acompanhando, como podemos ver no Gráfico 5. Essa porcentagem elevada de vídeos que são publicados ‘sozinhos’ provavelmente se deve ao fato de que o projeto pretende comunicar sozinho, ser independente. Isso porque há pelo menos dois locais em que o conteúdo do *The Daily 360* pode ser acessado e explorado individualmente e não necessariamente dentro das notícias *online* do *Times*. Mesmo assim, o restante dos vídeos (60% do total) estava relacionado com outros artigos. Para essa análise, separamos os artigos de acordo com o tipo de elementos (mídias) que cada um continha. Por exemplo, 29% dos vídeos analisados também integravam um artigo maior, neste caso com texto e fotos. Outros 15% também foram acompanhados apenas por texto.

Abaixo, o leitor pode ver como são o *layout* do projeto no NYT VR, aplicativo de Realidade Virtual do NYT (Imagem 5), o *layout* do *The Daily 360* nos canais de vídeo no site do *The New York Times* (Imagem 6) e também como aparece um vídeo do projeto dentro de um artigo multimídia no site do NYT (Imagem 7).

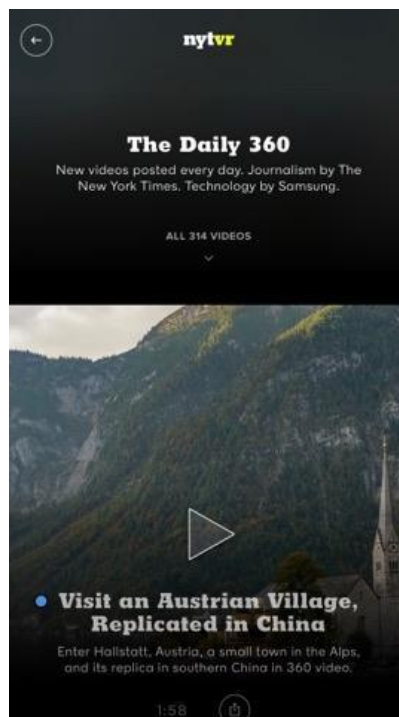


Imagem 6 - Canal *The Daily 360* no aplicativo NYT VR

Fonte: NYT VR, s.d.

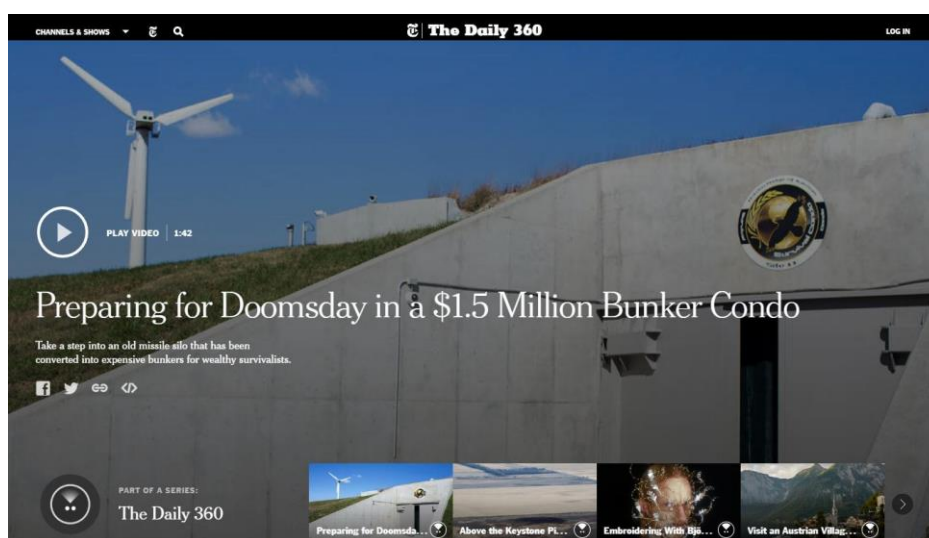


Imagem 7 - Canal *The Daily 360* no site do *The New York Times*, acessado por meio de um laptop

Fonte: *The New York Times*, s.d.



Imagem 8 - Vídeo do *The Daily 360* dentro de uma reportagem multimídia do *Times*

Fonte: Crouse, 2016

Mesmo o projeto tendo esse caráter ‘individual’, em que cada vídeo poder ser compreendido sozinho, é provável que muitos jornalistas que já tinham pautas para o portal do *Times* (como a maratona de Nova Iorque ilustrada acima) tenham aproveitado o assunto para também criar uma peça em vídeo em 360°. Assim, o vídeo pode ser visto separadamente, mas, caso o leitor que está navegando no site do *NYT* se interesse pelo tema, ele pode se informar melhor com uma matéria mais aprofundada.

Ainda considerando que os vídeos comunicam por si só e podem ser publicados sozinhos, é interessante observar que o *Times* não tenha aproveitado uma grande parte do conteúdo (40% do total) para proporcionar mais artigos multimídia e integrar melhor os diversos projetos dentro do portal.

Artigo multimídia?

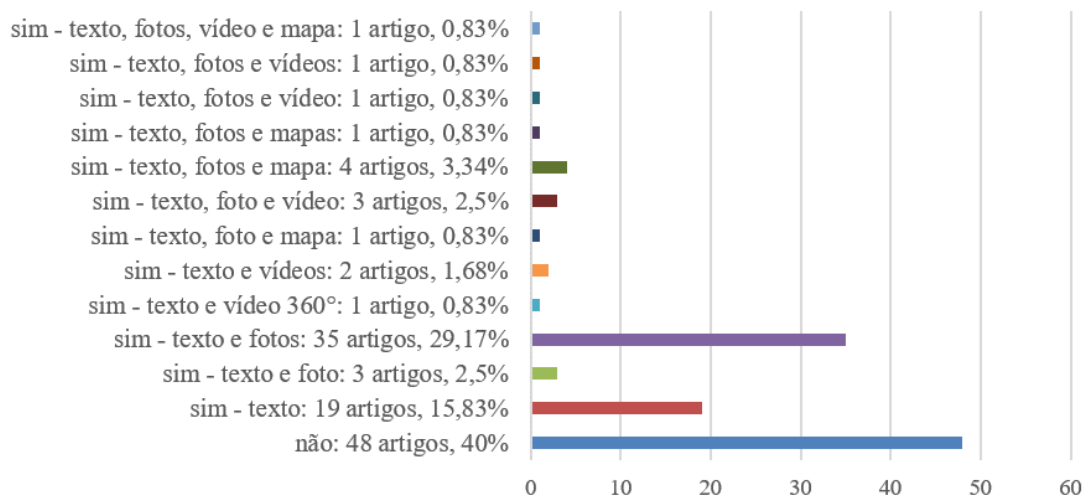


Gráfico 5 - Comparação do conteúdo publicado pelo *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 em relação a elementos multimídia

Fonte: *The New York Times*

6.5. Nuvem de tags

Um dos desafios que surgiu durante o desenvolvimento deste trabalho estava relacionado com a metodologia a ser utilizada para a análise das *tags* levantadas. Foram anotadas no total 723 palavras sobre a temática de cada um dos vídeos da amostragem. O sistema de nuvem de *tags* serviu principalmente como uma solução para a visualização dos dados e também da importância dada pelo projeto a cada tema, já que uma palavra é repetida várias vezes por alguma razão. Essa técnica ajuda a apontar caminhos e a visualizar o que foi considerado relevante dentro do conjunto analisado.

Foram consideradas as *tags* a partir de três repetições e excluída a *tag* Nova-Iorque, que, por ter 28 repetições, acabava influenciando o resultado visual. Todas as palavras compostas tiveram que ser ligadas por hífen para que a ferramenta escolhida⁹ as analisasse como uma só e todos os acentos foram retirados para que fosse possível a leitura dos dados - já que a ferramenta não entende acentos.

Como podemos observar na Imagem 8, a palavra ‘Trump’, que se refere ao atual presidente americano, se destaca, tendo aparecido 13 vezes dentro do conteúdo analisado. A segunda *tag* em destaque foi ‘eleições’ com 11 repetições. A palavra ‘política’ também aparece

⁹ A ferramenta utilizada foi a Tagcrowd, disponível em <https://tagcrowd.com>

um número expressivo de vezes, com sete repetições. Mas, mesmo com a temática política sendo amplamente abordada no período analisado, a principal concorrente de Donald Trump nas eleições, Hillary Clinton, nem chega a aparecer na nuvem de tag, o que prova que ela não chegou a ser citada nem três vezes. Essa diferença da cobertura do projeto em relação ao destaque dado aos dois candidatos foi melhor detalhada abaixo, na análise da editoria Política. A tag ‘México’, que surgiu com cinco repetições, também está relacionada à política devido a uma proposta eleitoral polêmica da campanha de Donald Trump, que previa a construção de um muro na fronteira entre o México e os EUA. Afinal, quatro dos cinco artigos em que o México foi citado eram sobre a fronteira.

O viés progressista do projeto também ficou evidente na nuvem de *tags*, já que palavras como ‘direitos-humanos’, ‘refugiados’, ‘feminismo’, ‘imigrantes’, ‘manifestação’ e ‘racismo’ aparecem na nuvem. Temas vibrantes, com grande potencial de som e imagem para reportagens em vídeo, também se destacaram na nuvem de *tags*. Palavras como ‘arte’, ‘cultura’, ‘viagem’, ‘turismo’, ‘natureza’ e ‘tradição’ se destacam.



Imagem 9 - Nuvem de *tags* elaborada a partir do conteúdo publicado pelo *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017, com exceção da tag Nova-Iorque

Fonte: *The New York Times*

6.6. Localização

6.6.1. Mundo

Para a análise da distribuição de conteúdo por países, os EUA foram deixados de lado por serem a sede do projeto e, por isso, o país com um número muito superior de conteúdos. Ao longo dos quatro meses analisados, o projeto teve uma cobertura internacional ampla - com conteúdos produzidos em 29 países, nos cinco continentes.

Países próximos dos EUA, como o México, não se destacaram tanto em relação a quantidade de conteúdos, o que poderia ser uma associação do senso comum. É importante ressaltar que o México recebeu um grande destaque na cobertura devido à declaração de Trump sobre construir um muro na fronteira com o país para evitar a imigração ilegal. Mas, os artigos com essa temática foram escritos do lado norte-americano da fronteira e, por isso, o México obteve um baixo número de conteúdos na análise.

Com um total de seis artigos (11,11% do total), a China foi o país com mais conteúdos no período analisado, como podemos observar nos Gráficos 6 e 7. Alguns dados sobre a China podem dar uma ideia do motivo pelo qual o país se destacou na análise, por exemplo, o país ocupa o segundo lugar na lista das maiores economias do mundo, perdendo apenas para os EUA. Além disso, a comunidade asiática é uma das maiores nos EUA e continua em crescimento (Jornal Tribuna de Macau, 2015). Só esses motivos já justificariam a presença de um correspondente do *Times* no país. Mas, além disso, a relação das duas potências, dentro do período analisado, foi marcada por muitos conflitos.

Ao pesquisar no Google as palavras ‘EUA’ e ‘China’ de novembro de 2016 a fevereiro de 2017, todos os artigos encontrados na primeira página da busca (em português) contêm termos negativos como ‘guerra’, ‘confronto devastador’, ‘disputa’, ‘ameaça’, ‘armadilha’, ‘culpa’ e ‘tensão’. Além disso, praticamente todos eles falam de declarações polêmicas sobre a China feitas por Donald Trump.

Apesar disso, nenhum dos conteúdos publicados pelo *The Daily 360* filmados na China mostrou esse aspecto conflituoso entre os países. As publicações, como na maior parte dos casos, foram voltadas para curiosidades sobre o país e mostraram desde o enorme fluxo de imigrantes chineses que retornam para casa no ano novo chinês até como se faz uma lanterna chinesa - passando por um tour acompanhando uma entrega de e-commerce feita por um motoboy em Pequim.

Possivelmente, a enorme importância econômica e mundial da China é responsável pelo *Times* ter repórteres correspondentes pelo país (as matérias foram feitas em três cidades diferentes, Pequim, Shangai e Hebei). Esses correspondentes escrevem sobre conflitos políticos e outros assuntos ‘mais sérios’ para o jornal impresso e *online* e produzem conteúdos mais leves e curiosos para o *The Daily 360* - ou seja, conteúdos com o perfil do projeto. Assim, o que faz com que a China seja destaque na produção de conteúdos do projeto não está relacionado apenas com o projeto, mas com as intenções do *The New York Times* no geral.

O segundo país com mais conteúdos foi a França, com cinco artigos (9,26% do total). Tanto a crise de refugiados como o aniversário dos ataques terroristas na França são razões para esse destaque - além da importância política e cultural do país. Dois dos artigos lembraram os ataques terroristas no país (café La Belle Équipe e Bataclan), que completaram um ano em novembro de 2016, um foi sobre um acampamento de refugiados em Calais e outros dois foram sobre curiosidades.

Empatados em terceiro lugar, estão o Brasil e a Índia, com quatro artigos cada um (7,41% do total, cada). Ambos são países emergentes, como a China, e também estão no radar do *Times*. Na Índia, o tráfico de chifres de rinocerontes foi abordado num artigo mais sério. Os outros temas retratados foram mais leves: o primeiro nascer do sol do ano, a marcha das mulheres contra a eleição de Trump e a bienal de arte na cidade de Kochi. Já no Brasil, um fato que chamou a atenção é que três dos quatro conteúdos produzidos foram filmados no Amapá (apenas um foi feito do Rio de Janeiro). Sem tanta relevância política ou econômica, o Amapá se localiza no norte do Brasil e é um dos estados onde a Floresta Amazônica está inserida. É possível que o interesse do *The Daily 360* no Brasil seja mais voltado para o fator ambiental do que para outros temas.

Por fim, é necessário apontar que a África e o Oriente Médio foram bastante invisíveis aos olhos do *Times*, que publicou apenas seis artigos no continente africano dentro do período analisado: dois na África do Sul, dois no Quênia, um em Madagascar e um no Níger. E apenas três artigos no Oriente Médio: um no Iêmen, um em Israel e um no Líbano.

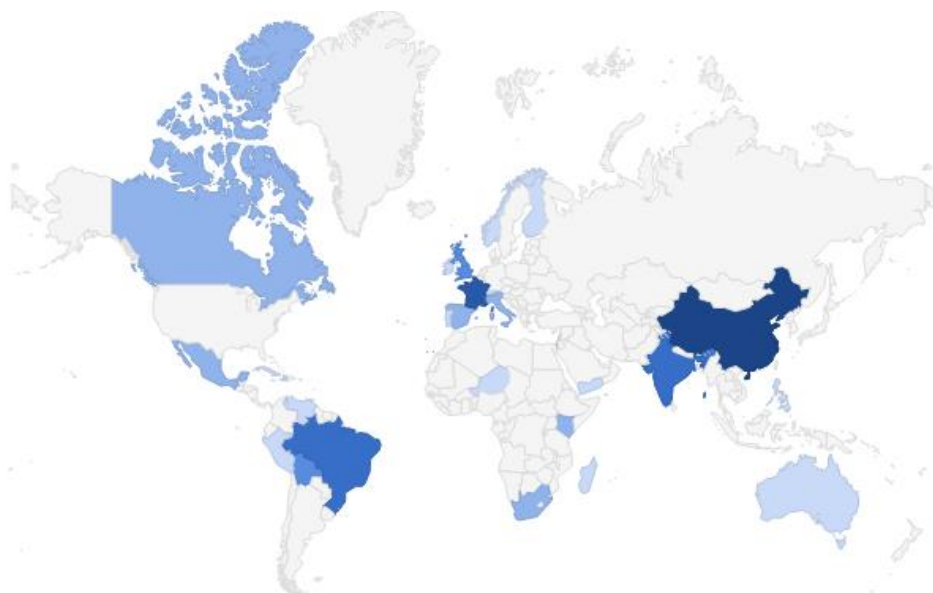


Gráfico 6 - Distribuição do conteúdo do *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 por países. Do azul mais escuro (com mais incidência) para o mais claro (com menos). Os EUA não foram incluídos na análise

Fonte: *The New York Times*

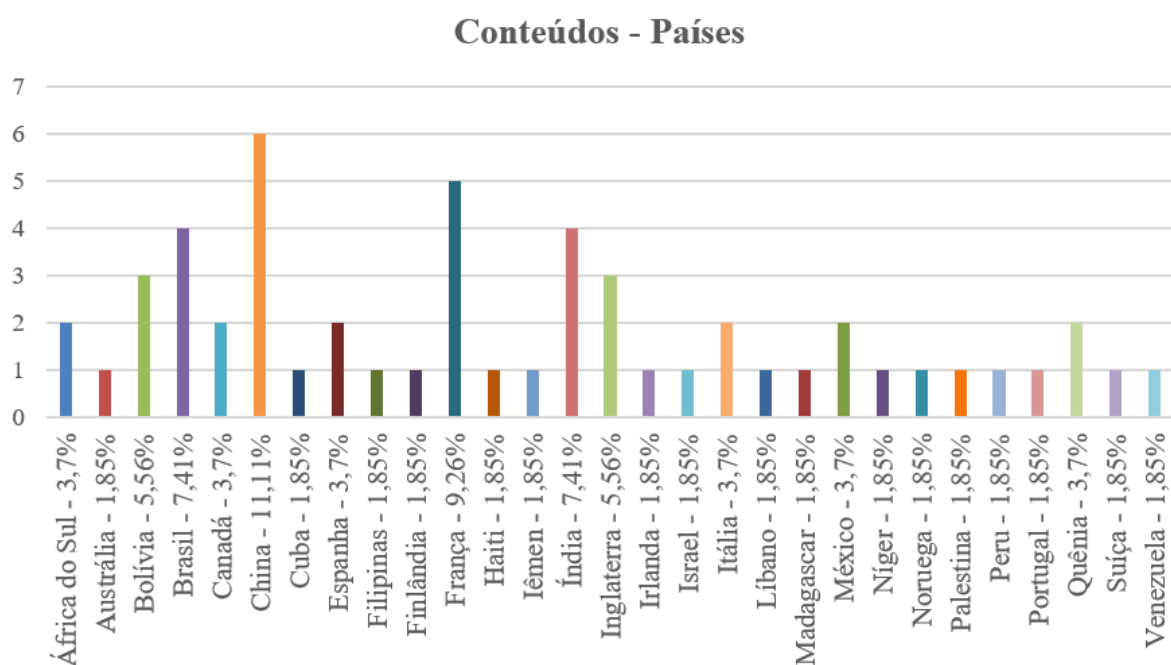


Gráfico 7 - Distribuição do conteúdo do *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 por países em porcentagem

Fonte: *The New York Times*

6.6.2. País

Em relação à distribuição de conteúdos pelos EUA, o projeto também teve uma cobertura vasta, cobrindo 24 dos 50 estados norte-americanos (quase metade). O estado de Nova Iorque, por ser a sede do *The New York Times*, se destacou, com 35% do total de conteúdo - e abrangeu conteúdos de quase todas as editorias. Em segundo lugar está a Califórnia, com 8,3% do total. A Califórnia provavelmente foi destaque por ser o estado mais populoso do país e também o terceiro em extensão territorial. Os conteúdos feitos no estado foram bastante heterogêneos - nenhum dos temas foi repetido. Assuntos variados, como legalização da maconha, criação de abelhas, esculturas submarinas, incêndios florestais e tradições de Ação de Graças foram abordados no estado. Empatados em terceiro lugar, ficaram os estados da Dakota do Norte e da Flórida, com 6% cada um. A Dakota do Norte se destacou principalmente devido a ampla cobertura que o projeto fez dos protestos contra a implementação de um oleoduto de petróleo no estado, como já vimos acima. Já a Flórida se destacou por diversos motivos, mas principalmente por ser um estado-chave nas eleições e por ter uma elevada concentração de imigrantes cubanos. Por exemplo, o período da amostragem incluiu a data da morte de Fidel Castro (25 de novembro de 2016) e as manifestações dos imigrantes cubanos em Miami relacionadas ao acontecimento foram abordadas pelo projeto.

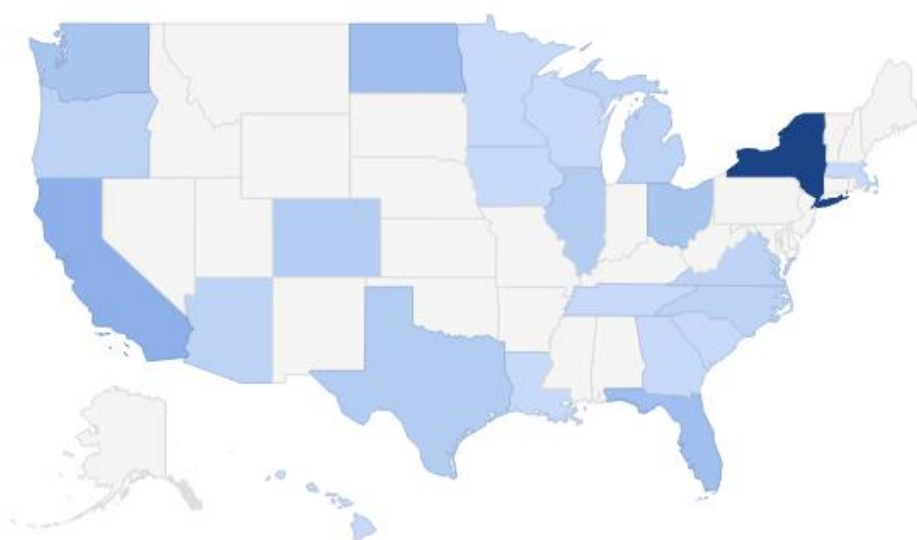


Gráfico 8 - Distribuição do conteúdo do *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 por estados norte-americanos. Do azul mais escuro (com mais incidência) para o mais claro (com menos)

Fonte: *The New York Times*

Conteúdos - Estados americanos

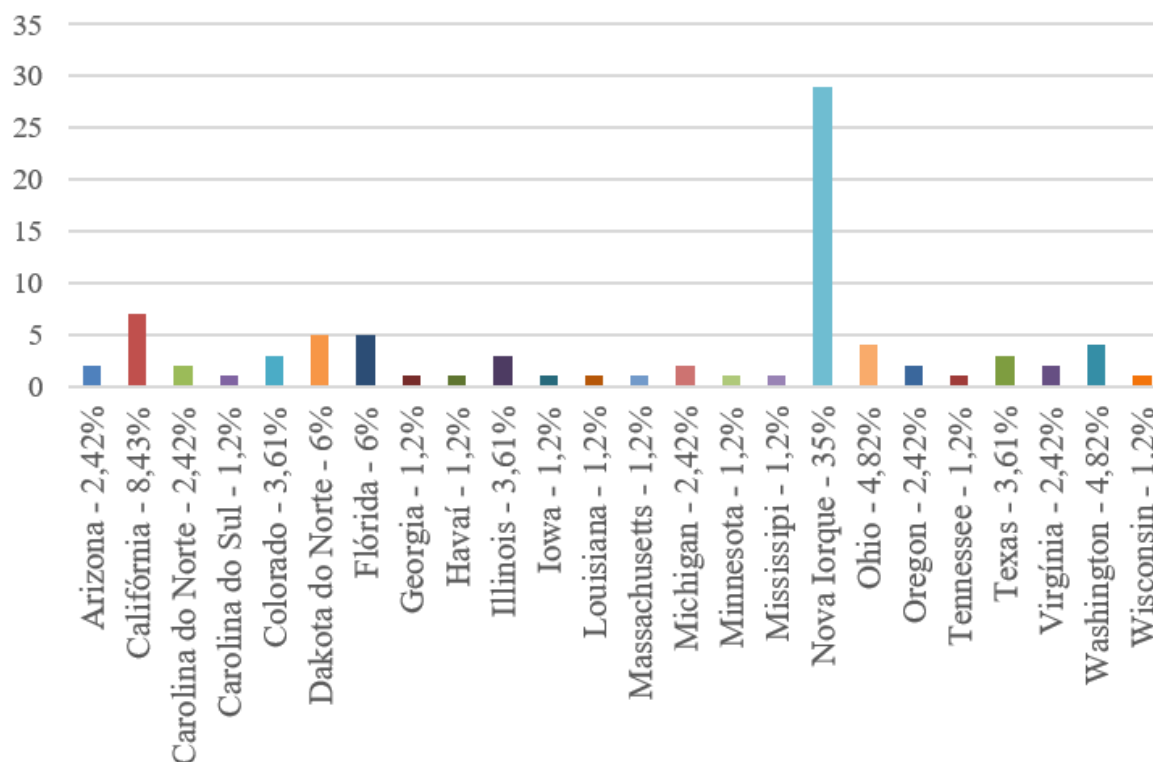


Gráfico 9 - Distribuição do conteúdo do *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017 por estados norte-americanos em porcentagem

Fonte: *The New York Times*

6.7. Subeditoria: Mundo

Após observarmos a geolocalização dos conteúdos produzidos pelo *The Daily 360*, é interessante observarmos também a distribuição das temáticas (subeditorias) do conteúdo que foi produzido para a editoria Mundo. É importante lembrar que os artigos em que a arte ou o esporte eram o foco, mesmo que fossem de um país fora dos EUA, foram analisados como artigos de Cultura e Esporte. Com 26,47% do conteúdo total, Curiosidade foi a subeditoria mais utilizada. E em segundo lugar, com 14,71% do conteúdo total, ficou a subeditoria Celebrações. Se somarmos as duas, que são conteúdos tidos como leves, temos 41,18%, quase metade do total. Mesmo assim, assuntos mais sérios, que foram pauta durante o período analisado, também foram abordados. Por exemplo a subeditoria Refugiados ficou em terceiro lugar, com 11,6% dos conteúdos. Na sequência vêm, com 8,82% do conteúdo cada uma, as subeditorias Manifestações e Direitos humanos. Guerra, Terrorismo, Segurança, Natureza, Meio ambiente, Arquitetura e Mobilidade também surgiram, mas em menores proporções.

Subeditorias - Mundo

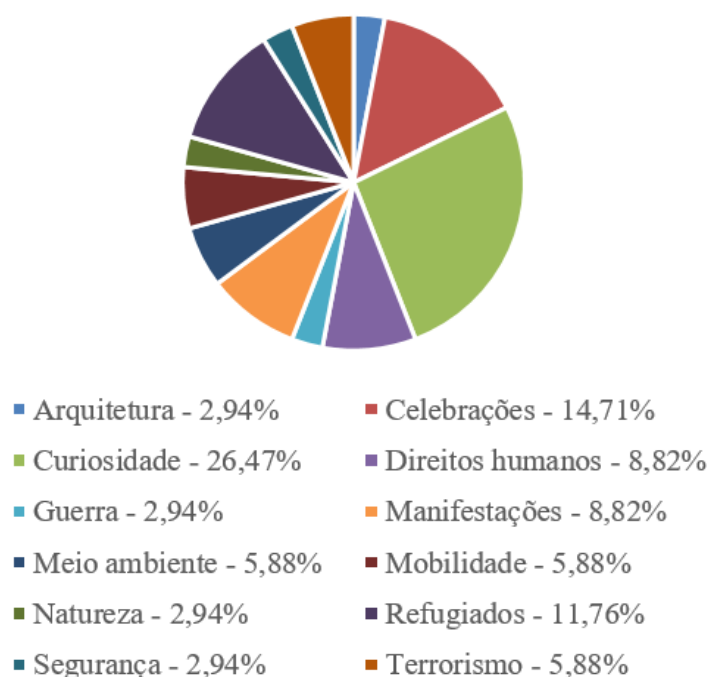


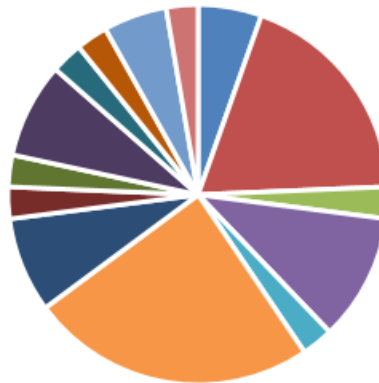
Gráfico 10 - Divisão por subeditorias da editoria Mundo do conteúdo publicado pelo *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017

Fonte: *The New York Times*

6.8. Subeditoria: País

A cobertura de País foi ampla e bastante diversa, com 14 subeditorias diferentes. A subeditoria Manifestações foi a mais recorrente, com 24,32% do total de conteúdos. Como já vimos acima, o período analisado foi marcado pela eleição presidencial norte-americana e, consequentemente, por protestos contra a eleição de Donald Trump. Em seguida, temos a subeditoria Curiosidade, com 18,92% do total de conteúdos. As subeditorias Fronteira com o México, Racismo e Meio ambiente também se destacaram em País com 10,81%, 8,11% e 8,11% dos conteúdos, respectivamente.

Subeditorias - País



■ Celebrações - 5,41%	■ Curiosidade - 18,92%
■ Direitos humanos - 2,7%	■ Fronteira com o México - 10,81%
■ Legalização da maconha - 2,7%	■ Manifestações - 24,32%
■ Meio ambiente - 8,11%	■ Mobilidade - 2,7%
■ Natureza - 2,7%	■ Racismo - 8,11%
■ Refugiados - 2,7%	■ Segurança - 2,7%
■ Sociedade - 5,41%	■ Terrorismo - 2,7%

Gráfico 11 - Divisão por subeditorias da editoria País do conteúdo publicado pelo *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017

Fonte: *The New York Times*

6.9. Subeditoria: Política

A editoria Política, como podemos ver no Gráfico 12, foi majoritariamente pautada pelas eleições presidenciais norte-americanas. Foram nove artigos com essa temática e muitos deles exploraram, de alguma forma, curiosidades sobre a corrida presidencial.

Um dos vídeos evidencia a importância que os eleitores dão às *selfies* (autorretratos) com os candidatos. Outros mostram estados em que a disputa foi acirrada, campanhas para incentivar os americanos a votarem, cabines de votação e a redação do *Times* no dia da eleição. Outro retrata como Trump incentivou seus eleitores a vaiarem a imprensa e outro, ainda, coloca o espectador entre os eleitores de Trump no momento em que ele sobe no palanque no dia de sua vitória.

O vídeo sobre as *selfies* foi o único que fez referência direta à Hillary Clinton. A candidata democrata não foi citada em nenhum outro conteúdo da amostragem. Já Donald

Trump foi citado diversas vezes, inclusive num vídeo sobre a casa onde passou a infância. Isso comprova que, mesmo com a publicação de conteúdos críticos ao candidato republicano, Trump obteve um destaque impressionantemente superior ao de Hillary Clinton na cobertura do *The Daily 360*.

Um estudo feito por Beckwith e Sorscher (2016) analisou cerca de 20.000 artigos sobre a campanha eleitoral publicados por oito grandes veículos norte-americanos (entre eles, o *The New York Times*) entre julho de 2015 e julho de 2016. Uma das conclusões foi que, mesmo no auge de citações à Hillary (em julho de 2016), Trump foi citado 1,8 vezes mais. Outra foi que, ao contrário do esperado, os jornais classificados como liberais foram os maiores responsáveis por citar mais Trump que Hillary. “Para cada artigo de opinião publicado num veículo tido como liberal sobre Clinton, nós encontramos quase 2,9 sobre o Trump. Na nossa amostra da mídia conservadora, havia aproximadamente 1,7 artigos sobre Trump para cada artigo sobre Clinton” (Beckwith & Sorcher, 2016).

Subeditorias - Política

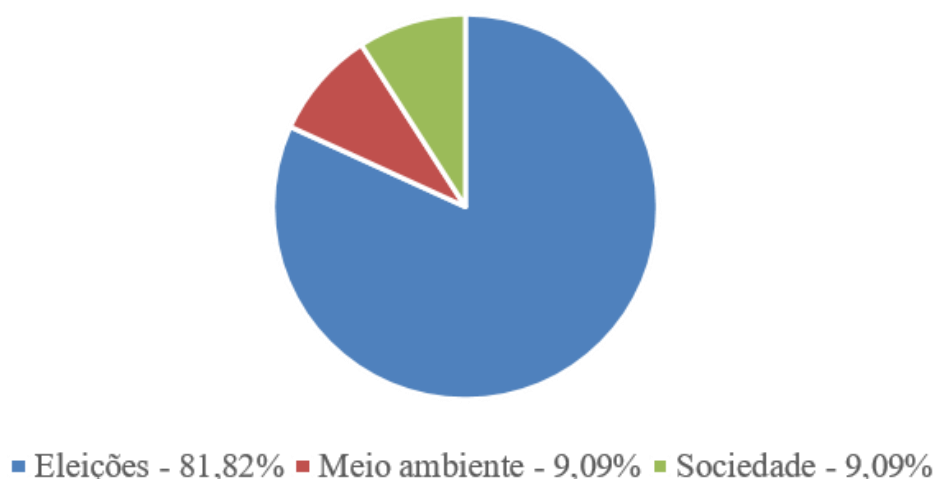


Gráfico 12 - Divisão por subeditorias da editoria Política do conteúdo publicado pelo *The Daily 360* de novembro de 2016 a fevereiro de 2017

Fonte: *The New York Times*

7. Análise de resultados e considerações finais

Como pudemos observar neste trabalho, as reportagens em Realidade Virtual são, atualmente, uma tendência para contar histórias de maneira inovadora, possibilitando ao público vivenciar os fatos em todos os ângulos possíveis - que, até então, eram emoldurados pela subjetividade do jornalista. Durante esta pesquisa, foi possível refletir sobre uma série de fatores que indicam o caminho a ser percorrido pelo jornalismo na integração de narrativas imersivas.

Após revisar a literatura e observar diversos aspectos de cada um dos 120 vídeos publicados nos primeiros quatro meses do projeto *The Daily 360*, percebemos que o principal desafio do projeto parece ser um obstáculo semelhante ao de todo conteúdo jornalístico que é produzido diariamente: profundidade e qualidade. Por isso, é importante levar em consideração que os resultados desta análise são voltados para a produção massiva de conteúdo jornalístico em 360° e não para a produção de conteúdos com mais refinamento, publicados em especiais e/ou esporadicamente. Inclusive, pode ser interessante numa próxima pesquisa comparar esses dois tipos de conteúdos para podermos enxergar com mais clareza quais são as vantagens e desvantagens de cada um.

Por serem produzidos em ‘massa’, os vídeos do *The Daily 360* abordam superficialmente os temas (que muitas vezes não foram trabalhados de outra forma pelo *Times*). Como vimos no tópico sobre jornalismo imersivo, existem diversos níveis possíveis de imersão e, no caso do projeto, os vídeos apresentam baixos níveis de imersão justamente por serem pouco elaborados. Quando acessados com um HMD, os vídeos chegam a dar a sensação de imersão ao usuário, mas não há interação e há pouco contexto para as histórias/notícias, além de a duração ser muito curta. Ou seja, também a possibilidade de se gerar empatia é muito baixa. Entretanto, o próprio *Times* não abriu mão de produzir conteúdos refinados e segue, em paralelo ao *The Daily 360*, produzindo conteúdos mais imersivos em VR com mais apuração, qualidade, e, aparentemente, mais propósito. Dois bons exemplos são os projetos *The Displaced* e *Walking In New York*, que também foram citados nesta dissertação.

Um dos pontos fracos encontrados no *The Daily 360* foi a falta de categorização do conteúdo dentro do site do *NYT*. Como a quantidade de vídeos é muito extensa, fica confuso navegar pelos vídeos sem nenhuma divisão temática. O próprio *Times* provavelmente se deu conta do problema e reformulou a página do projeto no portal durante o período de elaboração deste trabalho. Agora, os vídeos do *The Daily 360* são classificados por editoriais e séries. Outras

séries, aliás, além de *Life on Mars*, foram criadas e transformadas em categorias. São elas *Where it's made* (onde é feito, em tradução nossa) e *Genocide's legacy* (legado do genocídio, em tradução nossa). A criação dessas séries dá a impressão de que o projeto está procurando uma solução para a superficialidade dos vídeos, pois é uma forma eficaz de manter o estilo sintético dos vídeos e abordar mais profundamente os assuntos.

Por outro lado, é interessante observar que os vídeos do *The Daily 360* têm as características ideais para conteúdos de redes sociais, por exemplo. Tanto a qualidade de 'explorador de curiosidades' como a duração curta dos vídeos são fatores fundamentais para seu compartilhamento nas redes. É importante lembrarmos do papel fundamental das redes sociais nos processos de circulação e difusão de notícias atualmente. Assim, o *Times* pode usar esse espaço para habituar seu público à essa nova linguagem, fazer o leitor se sentir à vontade com conteúdos imersivos. Esse objetivo, inclusive, foi traçado logo na inauguração do projeto e parece ter sido bem sucedido. Além disso, o lançamento de vídeos imersivos diários também condiz com a época atual do *Times*, em que a maior parte dos leitores já é assinante da versão *online* - e também cumpre a promessa feita pelo último relatório de inovação, que insiste na produção de conteúdos multimídia e na criação de mais narrativas não-tradicionais.

Para próximas pesquisas, seria interessante analisar também a resposta do público para cada vídeo. Analisar comentários, *likes*, compartilhamentos, enfim, medir a eficácia das publicações por meio da audiência nos diversos canais em que os conteúdos são lançados. É comum que os pesquisadores de jornalismo imersivo se debrucem mais na análise do ponto de vista do veículo e dos conteúdos do que da experiência do usuário com conteúdos imersivos. Considerar a experiência e a percepção humana dessa tecnologia é fundamental para que a Realidade Virtual seja eficiente.

Dentre os vídeos analisados, um dos que mais chamou a atenção foi o *Firsthand account: The assassination of Malcolm X*. Publicado no aniversário de 52 anos do assassinato do líder dos direitos dos negros Malcolm X, o vídeo conta o episódio de sua morte com uma visita ao local onde ele foi assassinado, em Nova Iorque, e conta com a narração de uma testemunha. A publicação se destacou em relação às outras por utilizar elementos como áudio, fotografias e desenhos para relembrar o que aconteceu.

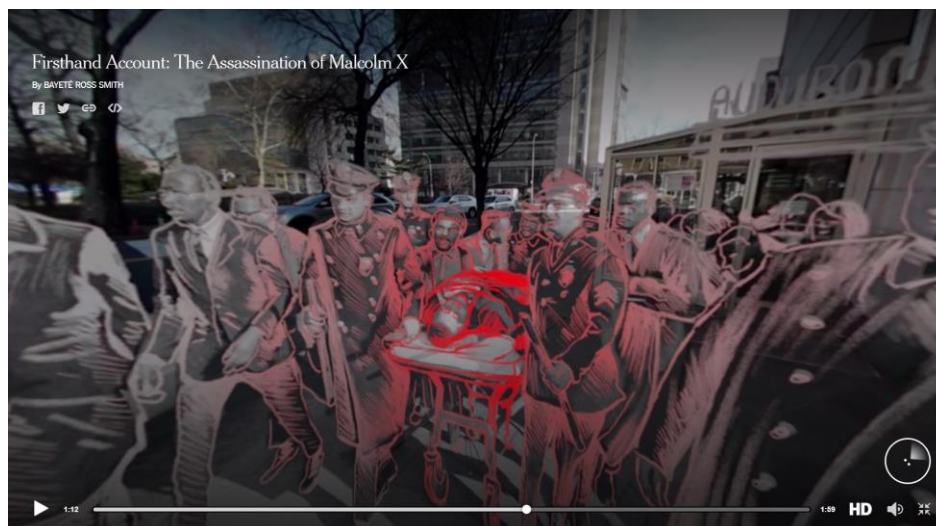


Imagem 10 - Vídeo *Firsthand account: The assassination of Malcolm X*, publicado pelo *The Daily 360*

Fonte: *The New York Times*

A manipulação desses diferentes elementos permitiu que a história fosse uma espécie de reconstituição da cena do crime e deu ao conteúdo um nível de imersão mais profundo e comovente do que o visto em outros vídeos do projeto. Provavelmente, sua concepção foi mais complexa que a dos demais conteúdos. Mas, seu resultado impactante faz pensar, novamente, sobre quantidade *versus* qualidade. Segundo Aronson-Rath et al. (2015), jornalistas que fazem peças de VR devem usar técnicas de *storytelling* poderosas. Apesar de existir uma tentação em se concentrar no domínio da tecnologia, muitas vezes isso ocorre às custas de transmitir uma história convincente. Isso nos leva a algumas questões ainda sem resposta como: será que vale a pena ter tantos vídeos que não causam tanto impacto? Não seria melhor uma produção semanal mais elaborada?

Outros vídeos que também se destacaram foram *Street style with the Quann twins* e *Life on Mars: Preparing for the red planet*. O primeiro é sobre duas gêmeas que atuam no mundo da moda de Nova Iorque e foi feito com a inserção de fotos no ambiente do vídeo 360°. O segundo é sobre a expedição da Nasa a Marte e faz parte de uma série com outros episódios.

Os três artigos que se sobressaíram por serem mais elaborados começaram a ser produzidos a partir da segunda quinzena de fevereiro – e a amostragem escolhida para a disseminação foi até o final de fevereiro. É possível que a produção dos vídeos tenha se desenvolvido e ficado mais requintada com o passar do tempo, devido ao aprendizado com o projeto ao longo dos primeiros meses.

Em relação à análise de conteúdo realizada nesta pesquisa, o *The Daily 360* se mostrou bastante abrangente em relação a temáticas, tendo coberto as principais editorias de um jornal

tradicional (com exceção de economia). O projeto contou com os canais de distribuição de conteúdo online do *Times*, como o site, o aplicativo, o Facebook e o Youtube.

Os vídeos analisados mantiveram uma identidade ‘padrão’: sintéticos, curiosos, com curta duração e buscando o entretenimento dentro do conteúdo informativo. As editorias País e Mundo se destacaram com muitos vídeos - e Esporte e Ciência e Tecnologia foram pouco abordadas, provavelmente porque são editorias dinâmicas e que exigem mais técnica e equipamentos para a captação adequada. Outro resultado que chamou a atenção é que, mesmo durante o período de eleições nos EUA, as editorias de Cultura e Lifestyle (além de Mundo e País) foram mais recorrentes que a editoria de Política. Esse resultado, que vai contra a lógica de um jornal tradicional, provavelmente está relacionado ao perfil do projeto, que priorizou retratar assuntos que fossem mais ricos visualmente do que notícias quentes. Provavelmente pelo mesmo motivo, a subeditoria Curiosidade também se destacou (com um sexto do total de conteúdo). Geograficamente, o projeto se mostrou bastante amplo, com publicações em 29 países nos cinco continentes - mas teve certo déficit em relação à África e ao Oriente Médio. Dentro do próprio país, o projeto cobriu 24 dos 50 estados.

Notou-se também certa padronização em relação à duração dos vídeos (que tiveram uma média de 1 minuto e 25 segundos), provavelmente para a sua distribuição nas redes sociais, mas também para não cansar o usuário (pois o conteúdo é diário) e nem causar enjoo (ainda há muitos relatos de usuários que não se sentem bem quando os vídeos de VR são muito longos). Além disso, o *The Daily 360* também se revelou moderadamente integrado com as notícias *online* do *Times*, tendo em vista que 60% dos vídeos analisados estavam relacionados com outros artigos e diferentes mídias do site.

Na nuvem de *tags*, as palavras ‘Trump’ (de Donald Trump) e ‘eleições’ se destacaram entre as demais. Isso aconteceu porque muitos artigos abordaram assuntos eleitorais indiretamente. Ou seja, trabalharam temas como o muro na fronteira com o México e os refugiados, além de curiosidades sobre a infância de Trump, por exemplo. Aliás, apesar do *Times* ter se posicionado abertamente contra Trump, o projeto produziu muito mais conteúdo sobre ele do que sobre sua concorrente, Hillary Clinton.

Por fim, este trabalho confirma a ideia de que a Realidade Virtual representa uma nova forma narrativa para o jornalismo e é uma novidade com muito potencial, mesmo que ainda tenha normas técnicas e estilísticas em estágio inicial (Aronson-Rath et al., 2015). Além disso, o uso da Realidade Virtual no jornalismo permite que o usuário escolha seu próprio enquadramento - o que traz novos paradigmas para o papel do jornalista.

O *The Daily 360* foi um projeto pioneiro, que, com suas qualidades e defeitos, está, junto com outros projetos de jornalismo e Realidade Virtual, tornando as experiências imersivas mais acessíveis. Com o empenho dos veículos em criar conteúdos imersivos e divulgar essa nova forma de consumir notícias, o jornalismo provavelmente dará um passo importante no sentido de adquirir novas identidades - e poderá ter um papel mais profundo em proporcionar uma verdadeira experiência/absorção das narrativas.

Referências bibliográficas

- Alzamora, G., & Tárzia, L. (2012). Convergência e transmídia: Galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 8(1), 22–35.
- Aronson-Rath, R., Milward, J., Owen, T., & Pitt, F. (2015). *Virtual Reality journalism*. Nova Iorque, Estados Unidos: The Tow Center for Digital Journalism. Retrieved from https://www.cjr.org/tow_center_reports/virtual_reality_journalism.php
- Arthur, C. (2015, May 28). The return of virtual reality: “This is as big an opportunity as the internet.” *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/technology/2015/may/28/jonathan-waldern-return-virtual-reality-as-big-an-opportunity-as-internet>
- Bailenson, J. (2016, November 5). “Realidade virtual aumenta a empatia”, diz diretor de Stanford. *Exame.com*. Retrieved from <https://exame.abril.com.br/tecnologia/realidade-virtual-aumenta-a-empatia-diz-diretor-de-stanford/>
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa, Portugal: Edições 70.
- Becker, B., & Barreira, I. (2013). Snow fall: Uma avalanche de criatividade e de desafios para o ensino de jornalismo. *Revista Contracampo*, 28(3), 73–91.
- Beckwith, J., & Sorscher, N. (2016). *Trump and the media: A text analysis*. São Francisco, Estados Unidos: The DataFace. Retrieved from <http://thedataface.com/2016/08/politics/trump-media-analysis>
- Britannica. (s.d.). Head-mounted display. Retrieved from <https://www.britannica.com/technology/head-mounted-display>
- Crouse, L. (2016, November 6). Mary Keitany of Kenya wins 3rd straight New York City Marathon. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2016/11/07/sports/new-york-city-marathon-mary-keitany-kenya-wins-3rd-straight.html>
- de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spanlang, B., ... Slater, M. (2010). Immersive journalism: Immersive Virtual Reality for the first-person experience of news. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 19(4), 291–301.
- _____. (2015, November 4). Virtual Reality, empathy and the next journalism. *Wired*. Retrieved from <https://www.wired.com/brandlab/2015/11/nonny-de-la-pena-virtual-reality-empathy-and-the-next-journalism/>

- _____ (2016, February 12). *Nonny de la Peña on empathy in VR*. Voices of VR Podcast. Retrieved from <http://voicesofvr.com/298-nonny-de-la-pena-on-empathy-in-vr/>
- Doyle, P., Gelman, M., & Gill, S. (2016). *Viewing the future? Virtual Reality in journalism*. Miami, Estados Unidos: Knight Foundation.
- Etherington, D. (2016, November 1). With NYT's new The Daily 360, Samsung looks to jumpstart everyday VR. *TechCrunch*. Retrieved from <https://techcrunch.com/2016/11/01/with-nyts-new-the-daily-360-samsung-looks-to-jumpstart-everyday-vr/>
- Folha de S.Paulo (2017, July 27). Receita com assinatura digital do “NYT” supera a com publicidade impressa. Retrieved from <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/07/1904960-receita-com-assinatura-digital-do-nyt-supera-a-com-publicidade-impressa.shtml>
- Fontoura, M. C. da. (2015). Desafios do jornalismo: Uma análise acadêmica do relatório de inovação do The New York Times. *Revista Alceu*, 16(31), 187–200.
- Grabowicz, P., Hernandez, R., & Rue, J. (2014). Tutorial: Taxonomy of Digital Story Packages. Retrieved from <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/taxonomy-digital-story-packages/>
- Hedger, L. (1998). The CAVE: Researching with perception, reality, and illusion. *Research & Creative Activity*, 21(2).
- Hernandez, R. (2017). *Introduction to immersive journalism: Module 1*. Austin, Estados Unidos: Knight Center for Journalism in the Americas. Retrieved from <https://knightcenter.utexas.edu/00-17990-learn-about-virtual-reality-and-360-video-knight-center's-free-online-course-intro-immersiv>
- Hobson, B. (2015, February 17). Galleries around the world are finally “starting to take digital art seriously.” *Dezeen*. Retrieved from <https://www.dezeen.com/2015/02/17/movie-galleries-around-world-starting-to-take-digital-art-seriously/>
- Houaiss, A., & Villar, M. de S. (2002). *Houaiss*. Círculo de Leitores.
- Jaquith, T. (2016, November 8). New realities: How VR, AR and MR stack up. *Futurism*. Retrieved from <https://futurism.com/images/vr-ar-and-mr-whats-the-difference-infographic-2/>
- Jornal Tribuna de Macau. (2015, June 3). Imigrantes chineses “invadem” EUA. Retrieved from <http://jtm.com.mo/actual/imigrantes-chineses-invadem-eua/>

- Lanier, J. (2014, August 25). Digital natives: A conversation between virtual reality visionaries Jaron Lanier and Kevin Kelly. *The Verge*. Retrieved from <https://www.theverge.com/a/virtual-reality/interview>
- Laws, A. L. S. (2017). Can immersive journalism enhance empathy? *Digital Journalism*, 1–16.
- Longhi, R. R., & Flores, A. M. M. (2017). Narrativas webjornalísticas como elemento de inovação: Casos de Al Jazeera, Folha de S.Paulo, The Guardian, The New York Times e The Washington Post. *Intercom-RBCC*, 40(1), 21–40.
- Luckey, P. (2014, March 25). Oculus founder says Facebook deal will make virtual reality cheaper and better. *The Verge*. Retrieved from <https://www.theverge.com/2014/3/25/5547884/interview-oculus-founder-says-facebook-deal-will-make-virtual-reality>
- Lunden, I. (2017, February 28). Google has shipped 10M Cardboard VR viewers, 160M Cardboard app downloads. *TechCrunch*. Retrieved from <https://techcrunch.com/2017/02/28/google-has-shipped-10m-cardboard-vr-viewers-160m-cardboard-app-downloads/>
- Malik, O. (2013, May 10). How The New York Times can fight BuzzFeed & reinvent its future. *Gigaom*. Retrieved from <https://gigaom.com/2013/05/10/how-the-new-york-times-can-fight-buzzfeed-reinvent-its-future/>
- Marques, J. P. (2016). *Realidade Virtual e jornalismo imersivo: Anotação dinâmica de peças noticiosas em vídeo 360°*. Porto, Portugal: Universidade do Porto.
- McMenemy, K., & Ferguson, S. (2007). The human senses and VR. In *A hitchhiker's guide to Virtual Reality*. Boca Raton, Estados Unidos: CRC Press.
- Mendonça, F. (2004). A filosofia no cinema. *Revista Millenium*, (29), 95–108.
- Milk, C. (2015, March). *How virtual reality can create the ultimate empathy machine*. TED. Retrieved from https://www.ted.com/talks/chris_milk_how_virtual_reality_can_create_the_ultimate_empathy_machine#t-603221
- Morais, J. (2015, May 29). O novo Google Cardboard é compatível com iPhone e permite “expedições” virtuais. *Shifter*. Retrieved from <https://shifter.pt/2015/05/novo-google-cardboard-iphone/>
- MorganLinton. (2016, May 9). 21 years later you can now truly appreciate Nintendo's Virtual Boy. Retrieved from <https://morganlinton.com/21-years-later-you-can-now-truly-appreciate-nintendos-virtual-boy/>

- Mullin, B. (2017, January 17). With the 2020 report, The New York Times charts a course for its future. *Poynter*. Retrieved from <https://www.poynter.org/news/2020-report-new-york-times-charts-course-its-future>
- NYT VR. (s.d.). The Daily 360.
- O Globo. (2015, May 28). Tráfego internet global triplicará entre 2014 e 2019, diz Cisco: Vídeo será responsável por 80% do fluxo mundial de pacotes IP (Internet Protocol) daqui a quatro anos. Retrieved from <https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/trafego-internet-global-triplicara-entre-2014-2019-diz-cisco-16284634#ixzz527MmRAft>
- Ondrejka, C. (2014, August 25). An Oculus Rift in every home: Cory Ondrejka on Facebook's \$2 billion bet. *The Verge*. Retrieved from https://www.theverge.com/a/virtual-reality/qa_fb
- Osborn, A. (2016, July 8). Pokémon Go é o app mais baixado nos Estados Unidos na App Store. *IGN Brasil*. Retrieved from <http://br.ign.com/pokemon-go/31023/news/pokemon-go-e-o-app-mais-baixado-nos-estados-unidos-na-app-st>
- Pacete, L. G. (2017, July 18). Seis áreas onde o VR já é real: Pesquisa da Digi-Capital mostra que o investimento em realidade virtual foi de US\$ 2 bilhões nos últimos doze meses. *Meio & Mensagem*. Retrieved from <http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2017/07/18/seis-areas-onde-o-vr-ja-e-real.html>
- Palacios, M. (2002). *Jornalismo online, informação e memória: Apontamentos para debate*. Salvador, Brasil: Universidade Federal da Bahia.
- Rabello, A. A. (2016, March 21). Mercados de VR e AR têm previsão de movimentar US\$ 120 bilhões até 2020. *VR Tech News*. Retrieved from <http://vrtechnews.com.br/mercados-de-vr-e-ar-tem-previsao-de-movimentar-us-120-bilhoes-ate-2020/>
- Raposo, A. B., Szenberg, F., Gattass, M., & Celes, W. (2004). Visão estereoscópica, Realidade Virtual, Realidade Aumentada e colaboração. In Macêdo, R. J. de A. (Coord.). *Anais da XXIII JAI - Jornada de Automatização em Informática*. Rio de Janeiro, Brasil: PUC-Rio.
- Robertson, A., & Zelenko, M. (2014, August 25). Voices from a virtual past: An oral history of a technology whose time has come again. *The Verge*. Retrieved from https://www.theverge.com/a/virtual-reality/oral_history
- Roncolato, M. (2017, November 3). Como o Google está incentivando o acesso a projetos de realidade virtual e aumentada. *Nexo*. Retrieved from

- <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/11/03/Como-o-Google-está-incentivando-o-acesso-a-projetos-de-realidade-virtual-e-aumentada>
- Schnipper, M. (2014, August 25). Seeing is believing: The state of Virtual Reality. *The Verge*. Retrieved from <https://www.theverge.com/a/virtual-reality>
- Singh, A. (2017, February 28). Google has shipped 10M Cardboard VR viewers, 160M Cardboard app downloads. *TechCrunch*. Retrieved from <https://techcrunch.com/2017/02/28/google-has-shipped-10m-cardboard-vr-viewers-160m-cardboard-app-downloads/>
- Slater, M. (2009). Place illusion and plausibility can lead to realistic behaviour in immersive virtual environments. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 364(1535), 3549–3557.
- Steuer, J. (1992). Defining Virtual Reality: Dimensions determining Telepresence. *Journal of Communication*, 42(4), 73–93.
- Sulzberger Jr., A. O. (2015, June 5). Como o New York Times mudou desde seu relatório de inovação. *IJNet*. Retrieved from <https://ijnet.org/pt-br/blog/como-o-new-york-times-mudou-desde-seu-relatório-de-inovação>
- The New York Times. (s.d.). The Daily 360. Retrieved from <https://www.nytimes.com/video/the-daily-360>
- _____. (2014). *Innovation*. Nova Iorque, Estados Unidos. Retrieved from https://pt.scribd.com/doc/224608514/The-Full-New-York-Times-Innovation-Report#download&from_embed
- _____. (2016, November 1). Introducing The Daily 360 from The New York Times. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2016/11/01/nytnow/the-daily-360-videos.html>
- The New York Times Company (s.d.). Who we are. Retrieved from <https://www.nytc.com/who-we-are/>
- The VR Shop. (2015, November 27). Virtuality gaming system. Retrieved from <https://www.virtual-reality-shop.co.uk/virtuality-gaming-system/>
- Uricchio, W. (s.d.). *Moments of innovation: When documentary and technology converge*. Cambridge, Estados Unidos. Retrieved from <https://momentsofinnovation.mit.edu/>
- Vicente, P. N. (2011). O estudo do ciberjornalismo nas universidades portuguesas: Rumo a uma identificação de núcleos temáticos e metodológicos. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, 1(8), 49–75.

- _____ (2017). Do “bit” como nova materialidade a uma notação narrativa multimodal: O caso do jornalismo imersivo. In Carvalheiro, J. R. (Org.). *Facetas do repórter: Narrador e narrado*. Covilhã, Portugal: Labcom.IFP.
- VR Gamers News. (2016, December 13). Sensorama. Retrieved from <http://vrgamersnews.com/index.php/2016/12/13/the-rise-of-virtual-reality/sensorama/>
- Wingfield, N. (2017, June 4). Oculus founder plots a comeback with a virtual border wall. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2017/06/04/business/oculus-palmer-luckey-new-start-up.html>
- Yoshida, S. (2014, August 25). Step into Sony’s virtual world: Shuhei Yoshida on the Project Morpheus Virtual Reality headset. *The Verge*. Retrieved from https://www.theverge.com/a/virtual-reality/qa_sony

Apêndices

Apêndice 1 - Tabela de conteúdos com editoria, subeditoria, local, duração, tags e artigo multimídia

Título	Editoria	Sub-editoria	Local	Duração	Tags	Artigo multimídia?
In the Rubble of an Airstrike in Yemen	Mundo	Guerra	Sana, Iêmen	00:01:10	iêmen, sana, bombardeio, guerra, ataque aéreo, oriente médio	sim - texto e fotos
Candidate Selfies as the New Souvenir	Política	Eleições	EUA	00:01:14	eleições, eua, política, hillary clinton, selfie	não
The Winning View From Chicago	Esporte	Beisebol	Chicago, EUA	00:00:32	beisebol, chicago cubs, vitória, torcedores, festa, comemoração	sim - texto
‘Jungle’ on Fire: Migrant Camp Destroyed	Mundo	Refugiados	Calais, França	00:01:24	imigrantes, refugiados, França, acampamento, fogo, destruição	sim - texto e fotos
In the Media Pen at a Trump Rally	Política	Eleições	Sanford e Toledo, EUA	00:01:07	trump, ameaça, jornalistas, mídia, eleições, vaia, campanha, comício	sim - texto
Why a Pot Farmer Opposes Legal Marijuana	País	Legalização da maconha	Condado de Mendocino, EUA	00:01:21	legalização, uso recreativo, maconha, drogas, califórnia	sim - texto e foto
Shadow Runners in the N.Y.C. Marathon	Esporte	Maratona	Nova Iorque, EUA	00:00:37	maratona, nova iorque, esporte	sim - texto e fotos

Ride Along With 'Souls to the Polls'	Política	Eleições	Greensboro, Carolina do Norte, EUA	00:00:58	eleições, carolina do norte, igrejas, afro-americanos, democratas	não
Cast Your Ballot	Política	Eleições	Flórida, Ohio e Carolina do Norte, EUA	00:00:37	eleições, flórida, ohio, carolina do norte	não
Election Day at The New York Times	Política	Eleições	Nova Iorque, EUA	00:01:01	eleições, the new york times, nova iorque	não
Inside the Trump Victory Party	Política	Eleições	Nova Iorque, EUA	00:00:55	eleições, trump, festa, nova iorque	sim - texto e fotos
Wild Fiddling at Canada's Far Reaches	Cultura	Música	Ilha Cape Breton, Canadá	00:00:45	cultura, música, jam session, canadá	sim - texto e vídeo 360°
Powering Up the Grand Canyon	País	Curiosidade	Grand Canyon, Arizona, EUA	00:01:15	grand canyon, energia	sim - texto e fotos
In Paris, the Spirit of the Café Rises	Mundo	Terrorismo	Paris, França	00:01:19	terrorismo, paris, retrospectiva	sim - texto e fotos
Recalling the Horror at the Bataclan	Mundo	Terrorismo	Paris, França	00:01:31	terrorismo, paris, retrospectiva	sim - texto e fotos
On an Arctic Surf Beach	Esporte	Esportes radicais	Ilhas Lofoten, Noruega	00:00:59	surfe, noruega	sim - texto e fotos

The Urban Shepherds of Nairobi	Mundo	Curiosidade	Nairobi, Quênia	00:01:08	pastores, gado, cidade, nairobi	sim - texto e fotos
Living With a Hurricane's Devastation	Mundo	Meio ambiente	Jeremias, Haiti	00:01:15	furacão, desastre natural, consequências, haiti	sim - texto, fotos, vídeo e mapa
Feeding the Fight at Standing Rock	País	Manifestações	Cannon Ball, Dakota do Norte, EUA	00:01:32	standing rock, nativos americanos, petróleo, protesto, dakota do norte, meio ambiente	sim - texto e fotos
When the Queen Mary 2 Needs an Escort	País	Curiosidade	Nova Iorque, EUA	00:01:15	navios, nova iorque	sim - texto e fotos
Chasing Pirates in the Amazon	Mundo	Segurança	Macapá, Amapá, Brasil	00:00:59	pirataria, polícia, segurança, amazônia, brasil, macapá	sim - texto, fotos e mapa
Sculptures that Change with the Tide	Cultura	Artes plásticas	Ilha Catalina, Califórnia, EUA	00:01:14	escultura, artes plásticas, mergulho, doug aitken, mar, califórnia	sim - texto e fotos
Goat Yoga	Lifestyle	Curiosidade	Albany, Oregon, EUA	00:00:46	ioga, cabras, aula, esporte, albany	sim - texto e foto
Dead Before the Fire Even Came Through'	País	Meio ambiente	Califórnia, EUA	00:02:11	incêndio, seca, floresta, meio ambiente, califórnia	não

One Man's Fears for Standing Rock	País	Manifestações	Dakota do Norte, EUA	00:01:41	standing rock, reserva indígena, nativos americanos, petróleo, morador	não
A Burmese Take on American Thanksgiving	Lifestyle	Gastronomia	São Francisco, Califórnia, EUA	00:01:25	ação de graças, comida, myanmar, restaurante, califórnia	não
A Macy's Parade Balloon Comes to Life	País	Celebrações	Manhattan, Nova Iorque, EUA	00:00:41	balões, parada, macy's, ação de graças, manhattan, nova iorque	não
Sandboarding in Peru	Esporte	Esportes radicais	Huacachina, Peru	00:01:21	dunas, sandboard, adolescentes, huacachina, peru	não
Enter the Ring at Gleason's Gym	Esporte	Boxe	Nova Iorque, EUA	00:01:21	boxe, nova iorque, gleason's, muhammad ali, mike tyson	sim - texto e fotos
Little Havana Reacts to Fidel Castro's Death	País	Manifestações	Little Havana, Miami, EUA	00:00:46	fidel castro, morte, little havana, miami, reação	sim - texto, foto e vídeo
Floating Across the Mexico Border	País	Fronteira com o México	Los Ebanos, Texas, EUA	00:00:51	méxico, fronteira, los ebanos, texas, balsa, viagem, turismo, rio grande	sim - texto, foto e mapa
Rebuilding a Church Crushed on 9/11	País	Terrorismo	Nova Iorque, EUA	00:00:58	11 de setembro, reconstrução, terrorismo, arquitetura, igreja, santuário, são nicolau, nova iorque	sim - texto e fotos

On Fidel Castro's Old Campus, Students Pay Tribute	Mundo	Manifestações	Havana, Cuba	00:01:19	fidel castro, memorial, morte, cuba, havana, universidade de havana	sim - texto, fotos e vídeo
Peer Out From a Bergdorf Goodman Window	País	Curiosidade	Nova Iorque, EUA	00:01:47	vitrine, decoração, bergdorf goodman, luxo, marcas, nova iorque	sim - texto e fotos
Ohioans Cheer Trump on 'Thank You' Tour	Política	Eleições	Cincinnati, Ohio, EUA	00:01:21	eleições, trump, comício, vitória, hillary clinton, cincinnati, ohio	sim - texto, foto e vídeo
Rocking Out Backstage With an Opera Star	Cultura	Música	Nova Iorque, EUA	00:00:53	ópera, anna netrebko, met, metropolitan museum of art, nova iorque	não
Up Close With Ailey Dancers in Rehearsal	Cultura	Dança	Nova Iorque, EUA	00:00:59	dança, dançarinos, coreógrafo, alvin ailey, nova iorque, untitled america, kyle abraham, estreia	não
Standing Rock Celebrates Halted Pipeline	País	Manifestações	Cannon Ball, Dakota do Norte, EUA	00:00:55	standing rock, reserva indígena, nativos americanos, petróleo, oleoduto, dakota access, celebração, música, alternativa	sim - texto, foto e vídeo
Justice on a Floating Courtroom	Mundo	Curiosidade	Itamatatuba, Amapá, Brasil	00:01:12	tribunal, juiz, barco, rio, amazônia, brasil	sim - texto, fotos e mapa

Room for Books (and Magic)	Mundo	Curiosidade	Porto, Portugal	00:00:52	livraria, lelo, porto, portugal, livros, harry potter, j k rowling	não
59 Rescues in 2016, Witness the Last	Mundo	Refugiados	Águas internacionais fora da costa da Líbia	00:01:47	refugiados, líbia, áfrica, mar mediterrâneo, médicos sem fronteiras, resgate, bourbon argos	não
A Deadly District in Chicago	País	Segurança	Chicago, EUA	00:01:19	west side, chicago, assassinatos, violência, bairro	sim - texto, fotos e mapa
At Home With a New 'Prairie' Companion	Cultura	Música	Oregon, EUA	00:01:36	chris thile, punch brothers, a prairie home companion, bandolim, bandolinista, banda, rádio	sim - texto e fotos
Fleeing Boko Haram and Food Shortages	Mundo	Direitos humanos	Região administrativa de Diffa, Níger	00:01:10	boko haram, níger, nigéria, militantes, fome, escassez, alimentos, direitos humanos, terrorismo, radicalismo	sim - texto
Top New York Restaurants of 2016	Lifestyle	Gastronomia	Nova Iorque, EUA	00:02:12	restaurantes, melhores, nova iorque, cozinhas	sim - texto e fotos
A 'Stonehenge' in Brazil's Jungle	Mundo	Curiosidade	Calçoene, Amapá, Brasil	00:01:06	stonehenge, brasileiro, brasil, amapá, amazônia, sítio arqueológico, arqueologia, megalitos, indígenas, fazenda	sim - texto e fotos
36 Hours in Nairobi	Lifestyle	Turismo	Nairobi, Quênia	00:01:51	viagem, turismo, nairobi, quênia, girafas, country, capital	sim - texto, fotos e mapa

Catching Big Air at Copper Mountain	Esporte	Esportes radicais	Copper Mountain, Colorado, EUA	00:00:34	snowboard, big air, pyeongchang, coreia do sul, 2018, jogos olímpicos de inverno, eua, red gerard	não
Agony in a Venezuelan Mental Health Hospital	Mundo	Direitos humanos	Barquisimeto, Venezuela	00:03:30	hospital, psiquiátricos, pacientes, fome, falta, medicamentos, direitos humanos	sim - texto e fotos
Lascaux Caves, Paleolithic and New Again	Cultura	Pintura rupestre	Dordonha, França	00:02:12	lascaux, dordonha, França, cavernas, paleolítico, arte rupestre, pré-história, reabertura, fechamento, público	sim - texto e fotos
Art Underground: A First Look at the Second Avenue Subway	País	Mobilidade	Nova Iorque, EUA	00:01:30	metrô, reforma, inauguração, arte, grafite, arte urbana, nova iorque	sim - texto e fotos
The Cramped Quarters of a Migrant Boat	Mundo	Refugiados	Lampedusa, Itália	00:00:50	refugiados, imigrantes, barco, travessia, mediterrâneo, Itália	não
Taking Border Security Into Their Own Hands	País	Fronteira com o México	Sasabe, Arizona, EUA	00:01:18	eua, fronteira, México, tráfico, exército, veteranos	sim - texto e fotos

Sit With Santa at the Arctic Circle	Mundo	Curiosidade	Rovaniemi, Finlândia	00:01:08	viagem, turismo, finlândia, natal, papai noel	não
A Bronx Garden For All Seasons	País	Sociedade	Bronx, Nova Iorque, EUA	00:01:10	caridade, crianças, natal, solidariedade, nova iorque	sim - texto e fotos
Christmas in Bethlehem	Mundo	Celebrações	Belém, Palestina	00:00:39	religião, natal, igreja, oração, palestina	não
A Christmas Carol Fit for a Cathedral	Mundo	Celebrações	Wells, Reino Unido	00:01:46	música, coral, crianças, religião, natal	não
How to Build a Human Tower	Mundo	Curiosidade	Villafranca, Espanha	00:01:03	torre humana, pirâmide, espanha, tradição	não
Democratic Spaces' in La Paz Street Parades	Mundo	Manifestações	La Paz, Bolívia	00:01:33	parada gay, lgbt, direitos humanos, manifestação, homofobia	não
Lighting Up The Sky Across The Globe	Mundo	Celebrações	Vilafranca del Penedès, Espanha; Lewes, Inglaterra; Nova Iorque, EUA	00:01:06	ano novo, fogos de artifício, tradição, festa	não
Daybrake Around The World	Mundo	Celebrações	Pequim, China; Mumbai, Índia; Tel Aviv, Israel; Cidade do Cabo,	00:01:38	nascer do sol, natureza, ano novo, primeiro dia	não

			África do Sul; Dingle, Irlanda; Cidade do México, México; Los Angeles, EUA			
Welcome to Hell It's in Michigan	País	Curiosidade	Michigan, EUA	00:01:33	atração, michigan, eua, inferno	não
The Sound Of the Rangers Get a Tuneup	Esporte	Curiosidade	Nova Iorque, EUA	00:01:02	cidade, esporte, música, trilha sonora, madison square, nova iorque	não
52 Places to Go: Canada	Lifestyle	Turismo	British Columbia, Canadá	00:00:53	viagem, turismo, natureza, canadá	sim - texto e fotos
Still Living With Bottled Water in Flint	País	Meio ambiente	Flint, Michigan, EUA	00:01:31	saúde, calamidade pública, contaminação, água	não
Syrian Girls Do Robotics	Mundo	Refugiados	Bekaa, Líbano	00:00:50	feminismo, tecnologia, refugiados, sírios, síria, líbano, robótica	não
Take the Polar Plunge in Milwaukee	País	Celebrações	Milwaukee, Winsconsin, EUA	00:01:28	tradição, água, gelada, superstição, primeiro dia do ano	não

The ‘Controlled Rage’ of Bull Riding	Esporte	Rodeio	Nova Iorque, EUA	00:02:13	cowboys, eua, nova iorque, feira, madison square, peões, rodeio, tradição	não
Sleeping on Denver’s Bitterly Cold Streets	País	Direitos humanos	Denver, EUA	00:01:48	sem teto, denver, eua, frio, acampamento, morador de rua, direitos humanos	sim - texto
Dining In at the Met Breuer	Lifestyle	Gastronomia	Nova Iorque, EUA	00:02:07	restaurante, met, novidade, inauguração, nova iorque	sim - texto
Traveling Through the Sky in Bolivia	Mundo	Mobilidade	La Paz, Bolívia	00:00:51	metrô, teleférico, evo morales, política, novidade	sim - texto
Seeing Family Through the Border Fence	País	Fronteira com o México	San Diego, EUA	00:01:32	fronteiras, geopolítica, méxico, eua, trump, imigrantes, latinos	não
Tracking Rhino Poachers in India	Mundo	Meio ambiente	Kaziranga Park, Índia	00:01:04	natureza, caça, índia, extinção, rinocerontes, meio ambiente	não
Where Civil Rights Meet the Civil War	País	Manifestações	Lexington, Virgínia, EUA	00:01:31	martin luther king, confederação, direitos civis, tradição	sim - texto
Basking in Butterflies	Mundo	Natureza	Michoacán, Mexico	00:01:27	animais, borboletas, migração, canadá, méxico, natureza	não

52 places to go: Madagascar	Lifestyle	Turismo	Ilha dos Lêmores, Madagascar	00:01:33	viagem, turismo, natureza, madagascar, áfrica, lêmores	não
Tour Trump's Childhood Home	Política	Eleições	Queens, Nova Iorque, EUA	00:01:12	política, trump, tour, infância, história, passado, nova iorque	sim - texto
Enter the Chaos of Duterte's Philippines	Mundo	Direitos humanos	Manila, Filipinas	00:02:16	drogas, guerra, tráfico, mortes, filipinas, direitos humanos	sim - texto
Inside Trump's Cabinet Room	Política	Eleições	Washington, EUA	00:01:53	política, eua, casa branca, trump, propostas, promessas, eleições	não
A Nation Divided at Inauguration	País	Manifestações	Washington, EUA	00:01:46	trump, presidente, eleições, protestos, política, manifestação	sim - texto
In Solidarity: Women's Marches Across the World	Mundo	Manifestações	Inglaterra; Índia; Austrália; África do Sul	00:00:59	feminismo, trump, protesto, eleições, machismo, mulheres, manifestação, solidariedade	não
Witness the Women's March in Washington	País	Manifestações	Washington, EUA	00:01:36	marcha das mulheres, trump, eleições, protesto, manifestação	sim - texto e vídeos
Shanghai's Disappearing Alleyway Homes	Mundo	Arquitetura	Xangai, China	00:01:42	bairro, especulação imobiliária, desenvolvimento urbano, arquitetura	sim - texto e fotos

A Deadly Tornado's Destruction	País	Meio ambiente	Mississippi, EUA	00:01:02	tornado, natureza, desastre natural, mississippi, casa	sim - texto e fotos
Just a Bit Off-Center	País	Curiosidade	Center, Dakota do Norte, EUA	00:01:31	centro, EUA, dakota do norte, geografia, mapa	sim - texto
The Race Home for Chinese New Year	Mundo	Mobilidade	Pequim, China	00:01:21	migração, ano novo chinês, mobilidade, transporte, tradição	sim - texto e fotos
A Ballerina's Endless Day	Cultura	Dança	Nova Iorque, EUA	00:02:02	balé, cultura, arte, dança, nova iorque, new york city ballet, rotina, disciplina	não
How to Make a Chinese Lantern	Mundo	Curiosidade	Hebei, China	00:01:31	china, tradição, lanternas, ano novo chinês, artesanato, cultura	não
The Conductor's View at Carnegie Hall	Cultura	Música	Nova Iorque, EUA	00:01:45	música, arte, cultura, orquestra, música clássica, maestro, nova iorque	sim - texto
Protests of Immigration Ban Continue	País	Manifestações	Nova Iorque, EUA	00:00:47	protesto, manifestação, política, trump, xenofobia, imigração, nova iorque	sim - texto
A Community Mourns	País	Racismo	Chicago, EUA	00:01:50	racismo, polícia, eua, morte, tiroteio, chicago, negros	sim - texto e fotos

Take a Delivery via Beijing's Streets	Mundo	Curiosidade	Pequim, China	00:01:53	china, delivery, pequim, entrega, entregador, e-commerce, subemprego, condições de trabalho	sim - texto
Meant to Resettle Refugees, An Empty Home	País	Refugiados	Saint Paul, Minnesota, EUA	00:01:08	refugiados, myanmar, trump, direitos humanos, assistência social, decreto	não
Get 'Bad and Boujee' Onstage With Migos	Cultura	Música	Nova Iorque, EUA	00:01:04	rap, show, música, migos, público, nova iorque	sim - texto, fotos e vídeos
Remembering the Astronauts of Apollo 1	Ciência e Tecnologia	Espaço	Cabo Canaveral, Flórida, EUA	00:03:10	ciência, espaço, nasa, apollo 1, memória, homenagem, lua	sim - texto
A.T.V.s Draw Tourists to Coal Country	Lifestyle	Turismo	Virgínia, EUA	00:01:07	quadriciclo, trilhas, aventura, viagem, turismo, virgínia, novidade	não
Fighting 'Cholitas' Wrestlers	Mundo	Curiosidade	El Alto, Bolívia	00:01:32	luta livre, mulheres, bolívia, feminismo, empoderamento, bolívia	não
Patriots Fans Dance in the Streets	Esporte	Futebol americano	Boston, EUA	00:00:56	esporte, futebol americano, torcida, patriots, superbowl, vitória, final	não

On a Secret Expedition to Old Hong Kong	Lifestyle	Turismo	Hong Kong	00:01:35	hong kong, centro histórico, especulação imobiliária, colonização inglesa, casas abandonadas, viagem, turismo	sim - texto e fotos
Before the Wall: A Borderlands Journey	País	Fronteira com o México	El Paso, Texas, EUA	00:01:49	muro, texas, méxico, trump, fronteira, migração	sim - texto, fotos e mapas
Take a Spin Through the Disco Era	País	Curiosidade	Nova Iorque, EUA	00:01:02	patins, boate, disco, balada, nova iorque, eua	sim - texto e fotos
One Performer and 4,000 Boxes	Cultura	Teatro	Nova Iorque, EUA	00:01:37	performance, comédia, teatro, nova iorque, caixas	não
Jimmy Carter: From Peanuts to Solar Panels	Política	Meio ambiente	Plains, Georgia, EUA	00:01:11	ex-presidente, jimmy carter, política, energia solar, inauguração	sim - texto
52 Places to Go: Zermatt	Lifestyle	Turismo	Zermatt, Suíça	00:00:55	viagem, turismo, suíça, neve, inverno, esporte, esqui	não
At Kochi Biennale, Art Imitating Death: An Artist at Work	Cultura	Artes plásticas	Kochi, Índia	00:01:35	yardena kurulkar, arte, bienal, índia, processo, montagem, exposição	não

A Canine's View of the Westminster Dog Show	País	Curiosidade	Nova Iorque, EUA	00:01:35	feira, cães, exposição, competição, pet, nova iorque	não
Bodies Bending Sound in the Guggenheim	Cultura	Dança	Nova Iorque, EUA	00:01:46	arte, dança, coreografia, nova iorque, guggenheim	sim - texto e foto
The Bees That Give You Almonds	País	Natureza	Condado de Kern, Califórnia	00:01:27	abelhas, natureza, polinização, economia, negócio, amêndoas	sim - texto e fotos
Street Style With the Quann Twins	Lifestyle	Moda	Nova Iorque, EUA	00:01:21	moda, tendência, cabelo, racismo, fashion, gêmeas, quann, nova iorque	não
Tap Your Toes Where Garth Brooks Played	Cultura	Música	Texas, EUA	00:01:17	texas, música, country, salão de dança, tradição, história, gruene hall	não
'You're Always in Control of Your Belongings'	Lifestyle	Arquitetura	Manhattan, Nova Iorque, EUA	00:00:59	arquitetura, decoração, apartamento, flexível, loft, minimalismo, lifestyle, nova iorque	sim - texto e fotos
Rebuilding a Highway Through a Denver Community	País	Sociedade	Denver, Colorado, EUA	00:01:40	obras, estrada, remoção, demolição, moradias, polêmica, imigrantes, latinos	sim - texto e fotos

Firsthand Account: The Assassination of Malcolm X	País	Racismo	Nova Iorque, EUA	00:01:59	malcolm x, assassinato, depoimento, história, direitos civis, racismo, reconstituição, nova iorque	não
Town Hall Meetings Heat Up	Política	Sociedade	Ohio, Iowa, Tennessee e Carolina do Sul, EUA	00:01:38	confronto, reunião, cidade, republicanos, democratas, trump, debate, reuniões	sim - texto
A Standing Rock Camp Is Burned	País	Manifestações	Cannon Ball, Dakota do Norte, EUA	00:00:59	standing rock, protesto, petróleo, dakota do norte, meio ambiente, oleoduto, construção, protesto, evacuação, manifestação	sim - texto
Florida's Forgotten 'Above-Ground' Railroad	País	Racismo	Flórida, EUA	00:01:41	escravidão, racismo, história, negros, flórida, assassinato, refúgio, foragidos	sim - texto
Let Yayoi Kusama Take You to Infinity	Cultura	Artes plásticas	Washington, EUA	00:01:08	arte, exposição, ilusões, esculturas, ultrapop, japão, yayoi kusama	sim - texto e fotos
Life on Mars: Preparing for the Red Planet	Ciência e Tecnologia	Espaço	Mauna, Havaí, EUA	00:05:04	estudo de campo, nasa, marte, havaí, vulcão, espaço, teste, experimento	sim - texto e vídeos

It's Carnival! Join the Party	Mundo	Celebrações	Rio de Janeiro, Brasil; Paraty, Brasil; Viareggio, Itália; New Orleans, EUA	00:01:35	carnaval, tradição, festa, cultura	não
Step Inside Yves Saint Laurent's Closet	Lifestyle	Moda	Paris, França	00:02:27	moda, estilo, yves saint laurent, museu, roupa, arte	sim - texto e fotos

Apêndice 2 - Título, data de publicação e resumo de cada vídeo analisado

data: 01/11/2016

título: [In the Rubble of an Airstrike in Yemen](#)

proposta: O fotógrafo Tyler Hicks mostra o salão mais luxuoso em Sana, Iêmen, após o bombardeio aéreo no dia 8 de outubro, que matou mais de 100 pessoas que estavam no velório de um chefe de família.

data: 02/11/2016

título: [Candidate Selfies as the New Souvenir](#)

proposta: Os eleitores de Clinton não querem apertos de mão, eles querem tirar *selfies* e postá-las nas redes sociais.

data: 03/11/2016

título: [The Winning View From Chicago](#)

proposta: Mostrar a festa da torcida que estava do lado de fora do estádio quando soube da vitória dos Cubs contra os Cleveland Indians.

data: 04/11/2016

título: [‘Jungle’ on Fire: Migrant Camp Destroyed](#)

proposta: Mostrar o que sobrou do acampamento de imigrantes em Calais, na França, destruído pelas autoridades francesas. Centenas de migrantes passaram a acampar em tendas em Paris.

data: 05/11/2016

título: [In the Media Pen at a Trump Rally](#)

proposta: Trump incentiva seus eleitores a ameaçarem e vaiarem a imprensa (que fica numa área cercada) durante seus comícios pelos EUA.

data: 06/11/2016

título: [Why a Pot Farmer Opposes Legal Marijuana](#)

proposta: Visitar uma fazenda onde o proprietário é contra a legalização da maconha para uso recreativo. Em alguns dias, uma votação pode ser o ponto de virada para os produtores de maconha na Califórnia.

data: 06/11/2016

título: [Shadow Runners in the N.Y.C. Marathon](#)

proposta: Juntar o espectador aos corredores na ponte Verrazano-Narrows, perto do início da quadragésima maratona da cidade de Nova Iorque, que passa pelos cinco boroughs da cidade.

data: 07/11/2016

título: [Ride Along With 'Souls to the Polls'](#)

proposta: Na Carolina do Norte, onde a corrida presidencial é apertada, a N.A.A.C.P. e a Democracy North Carolina fazem parcerias com as igrejas para fazer com que os afro-americanos compareçam às eleições cedo.

data: 08/11/2016

título: [Cast Your Ballot](#)

proposta: Cabines de votação na Flórida, em Ohio e na Carolina do Norte, estados decisivos para determinar o próximo presidente dos EUA (na época).

data: 08/11/2016

título: [Election Day at The New York Times](#)

proposta: A redação do *The New York Times* no dia mais movimentado do ano.

data: 09/11/2016

título: [Inside the Trump Victory Party](#)

proposta: Colocar o espectador entre os eleitores de Donald Trump no hotel New York Hilton enquanto o presidente eleito sobe ao palco.

data: 10/11/2016

título: [Wild Fiddling at Canada's Far Reaches](#)

proposta: Uma jam session de Cape Breton fiddling, um estilo de música desenvolvido na Ilha Cape Breton, na província de Nova Escócia, no Canadá.

data: 11/11/2016

título: [Powering Up the Grand Canyon](#)

proposta: Kevin Hartigan é funcionário da maior empresa de eletricidade do Arizona e seu trabalho é manter acesas as luzes no Grand Canyon.

data: 12/11/2016

título: [In Paris, the Spirit of the Café Rises](#)

proposta: O proprietário do restaurante La Belle Équipe, onde morreram 19 pessoas durante os ataques terroristas em Paris, explica por que reabriu a casa cinco meses depois do ocorrido.

data: 12/11/2016

título: [Recalling the Horror at the Bataclan](#)

proposta: 90 pessoas foram mortas num ataque terrorista na casa de shows Bataclan em Paris em 13 de novembro de 2015. Daniel Psenny, que escutou os tiros, descreve o caos naquela noite.

data: 13/11/2016

título: [On an Arctic Surf Beach](#)

proposta: Há uma cena de surfe próspera nas Ilhas Lofoten, na Noruega, onde a água é fria e o clima é mais frio ainda.

data: 14/11/2016

título: [The Urban Shepherds of Nairobi](#)

proposta: A urbanização e a seca destruíram pastagens ao redor da capital do Quênia, fazendo com que o gado tivesse que pastar nas rodovias e nos cemitérios.

data: 15/11/2016

título: [Living With a Hurricane's Devastation](#)

proposta: Mais de um mês depois de o furacão Matthew destruir parte do Haiti, alguns moradores da cidade costeira de Jeremias ainda estão com as casas quebradas e à espera de ajuda.

data: 16/11/2016

título: [Feeding the Fight at Standing Rock](#)

proposta: Colocar o espectador numa cozinha no acampamento Oceti Sakowin, onde Winona Kasto prepara refeições diárias para centenas de nativos americanos e apoiadores que se mobilizaram para bloquear o oleoduto de petróleo Dakota Access.

data: 17/11/2016

título: [When the Queen Mary 2 Needs an Escort](#)

proposta: Juntar o espectador ao capitão Thomas J. Keating Jr., membro da Sandy Hook Pilots Association, no porto de Nova Iorque, de onde ele orienta cerca de 150 navios todo ano.

data: 18/11/2016

título: [Chasing Pirates in the Amazon](#)

proposta: Juntar o espectador às forças policiais numa patrulha pela Amazônia, onde a pirataria é uma ameaça crescente.

data: 19/11/2016

título: [Sculptures that Change with the Tide](#)

proposta: As esculturas subaquáticas de Doug Aitken, na costa da Ilha Catalina, na Califórnia, são acessíveis apenas para mergulhadores.

data: 20/11/2016

título: [Goat Yoga](#)

proposta: Aulas de ioga com cabras em Albany, Oregon.

data: 21/11/2016

título: ['Dead Before the Fire Even Came Through'](#)

proposta: Árvores atingidas por seca e doença contribuem para uma longa e extrema temporada de incêndio florestal na Califórnia.

data: 22/11/2016

título: [One Man's Fears for Standing Rock](#)

proposta: Richard White, morador da reserva indígena de Standing Rock durante toda a vida, discute sua relação com a terra e a água e seu medo pelo futuro.

data: 23/11/2016

título: [A Burmese Take on American Thanksgiving](#)

proposta: O restaurante Burma Superstar, em São Francisco, na Califórnia, oferece um jantar de Ação de Graças para seus funcionários e serve iguarias de Myanmar.

data: 24/11/2016

título: [A Macy's Parade Balloon Comes to Life](#)

proposta: Colocar o espectador na calçada para ver os balões serem inflados para a parada anual da rede de lojas de departamento Macy's, que acontece um dia antes do dia de Ação de Graças.

data: 25/11/2016

título: [Sandboarding in Peru](#)

proposta: Adolescentes peruanos descendo dunas de areia com pranchas similares às usadas no snowboard.

data: 26/11/2016

título: [Enter the Ring at Gleason's Gym](#)

proposta: Gleason's, a mais antiga academia de boxe de Nova Iorque, vai mudar de edifício. Lá, treinaram Muhammad Ali e Mike Tyson.

data: 26/11/2016

título: [Little Havana Reacts to Fidel Castro's Death](#)

proposta: Centenas de cubano-americanos foram às ruas de Miami em razão da morte de Fidel Castro, que governou Cuba há quase meio século.

data: 28/11/2016

título: [Floating Across the Mexico Border](#)

proposta: Uma balsa numa pequena cidade do Texas oferece viagens para o México (e do México para os EUA) há décadas.

data: 28/11/2016

título: [Rebuilding a Church Crushed on 9/11](#)

proposta: O Santuário Nacional de São Nicolau foi destruído durante o ataque de 11 de setembro - e agora está em reconstrução.

data: 30/11/2016

título: [On Fidel Castro's Old Campus, Students Pay Tribute](#)

proposta: Centenas de estudantes fizeram um memorial para Fidel Castro na Universidade de Havana, onde ele começou a se interessar por política na década de 1940.

data: 30/11/2016

título: [Peer Out From a Bergdorf Goodman Window](#)

proposta: Colocar o espectador diante da vitrine de férias da loja de roupas de marca Bergdorf Goodman do mesmo ponto de vista que David Hoey, que dirigiu a decoração da vitrine durante 18 anos.

data: 01/12/2016

título: [Ohioans Cheer Trump on 'Thank You' Tour](#)

proposta: Primeiro comício depois da eleição do presidente eleito, Donald Trump, em Cincinnati, Ohio. Milhares celebram a vitória e pedem que Hillary Clinton seja presa.

data: 03/12/2016

título: [Rocking Out Backstage With an Opera Star](#)

proposta: Levar o espectador para visitar a vida nos bastidores da estrela da ópera Anna Netrebko em sua atual produção no Metropolitan Museum of Art, em Nova Iorque.

data: 04/12/2016

título: [Up Close With Ailey Dancers in Rehearsal](#)

proposta: Os dançarinos do coreógrafo Alvin Ailey se preparam para a estreia em Nova Iorque da última edição de *Untitled America*, de Kyle Abraham, uma trilogia sobre o efeito do sistema prisional em famílias afro-americanas.

data: 04/12/2016

título: [Standing Rock Celebrates Halted Pipeline](#)

proposta: Celebração musical no campo Oceti Sakowin logo após o exército ter anunciado que exploraria rotas alternativas para o oleoduto Dakota Access.

data: 06/12/2016

título: [Justice on a Floating Courtroom](#)

proposta: Um tribunal dentro de um barco viajando por um rio na Amazônia.

data: 06/12/2016

título: [Room for Books \(and Magic\)](#)

proposta: A Livraria Lello, no Porto, em Portugal, é um destino popular para amantes de livros e fãs de *Harry Potter*.

data: 08/12/2016

título: [59 Rescues in 2016, Witness the Last](#)

proposta: A bordo da embarcação Bourbon Argos em sua última missão de resgate do ano com membros de Médicos Sem Fronteiras, ajudando os migrantes africanos no Mar Mediterrâneo.

data: 08/12/2016

título: [A Deadly District in Chicago](#)

proposta: Sonja Bellephant mostra o bairro onde cresceu, West Side, que tem uma das taxas de assassinatos mais altas de Chicago.

data: 10/12/2016

título: [At Home With a New 'Prairie' Companion](#)

proposta: Mostrar o trabalho de Chris Thile, bandolinista da banda Punch Brothers e novo apresentador do programa de rádio *A Prairie Home Companion*.

data: 11/12/2016

título: [Fleeing Boko Haram and Food Shortages](#)

proposta: Na fronteira entre Níger e Nigéria, assim como em outras áreas onde há militantes ativos, centenas de milhares de pessoas enfrentam escassez de alimentos.

data: 13/12/2016

título: [Top New York Restaurants of 2016](#)

proposta: As cozinhas e salas de jantar dos melhores restaurantes do ano de Nova Iorque.

data: 14/12/2016

título: [A 'Stonehenge' in Brazil's Jungle](#)

proposta: Megalitos de mil anos de idade foram descobertos numa fazenda de gado no Brasil.

O sítio arqueológico lança luz sobre como os povos indígenas da Amazônia podem ter vivido.

data: 14/12/2016

título: [36 Hours in Nairobi](#)

proposta: De beijos de girafa a música country, há muitas delícias na capital do Quênia.

data: 16/12/2016

título: [Catching Big Air at Copper Mountain](#)

proposta: O snowboard big air deve estrear nos Jogos Olímpicos de Inverno em Pyeongchang, na Coreia do Sul, em 2018. Um membro de 16 anos da equipe de snowboard dos EUA, Red Gerard, leva o espectador para pular com ele.

data: 17/12/2016

título: [Agony in a Venezuelan Mental Health Hospital](#)

proposta: Num hospital psiquiátrico na Venezuela, a fome e a falta de medicamentos atormentam os pacientes psiquiátricos.

data: 18/12/2016

título: [Lascaux Caves, Paleolithic and New Again](#)

proposta: Mais de 50 anos depois de as cavernas de Lascaux, em Dordonha, na França, terem sido fechadas ao público, foi aberta uma nova exposição, com uma reprodução da arte rupestre pré-histórica.

data: 19/12/2016

título: [Art Underground: A First Look at the Second Avenue Subway](#)

proposta: Mostrar uma nova linha do metrô de Nova Iorque, que ainda não está pronta e que interessa à população.

data: 20/12/2016

título: [The Cramped Quarters of a Migrant Boat](#)

proposta: Mostrar as péssimas condições de um barco abandonado na Itália usado por imigrantes para atravessar o Mar Mediterrâneo.

data: 21/12/2016

título: [Taking Border Security Into Their Own Hands](#)

proposta: Veteranos do exército norte-americano fazem patrulha e segurança voluntária na fronteira do Arizona com o México.

data: 22/12/2016

título: [Sit With Santa at the Arctic Circle](#)

proposta: Mostrar um local turístico e pouco acessível no Círculo Polar Ártico - a vila do Papai Noel.

data: 23/12/2016

título: [A Bronx Garden For All Seasons](#)

proposta: Projeto de distribuição de presentes de Natal para centenas de crianças carentes num jardim do Bronx.

data: 25/12/2016

título: [Christmas in Bethlehem](#)

proposta: Missa de Natal numa das igrejas mais antigas do mundo.

data: 25/12/2016

título: [A Christmas Carol Fit for a Cathedral](#)

proposta: Mostrar um ensaio de um coral infantil de Natal numa das mais tradicionais igrejas do Reino Unido.

data: 26/12/2016

título: [How to Build a Human Tower](#)

proposta: Mostrar uma competição de torre humana realizada na Espanha.

data: 27/12/2016

título: [Democratic Spaces' in La Paz Street Parades](#)

proposta: Um depoimento sobre as conquistas da Bolívia em direitos humanos durante a Parada Gay de La Paz.

data: 31/12/2016

título: [Lighting Up The Sky Across The Globe](#)

proposta: Queimas de fogos na virada de 2015 para 2016 em diferentes lugares do mundo.

data: 31/12/2016

título: [Daybrake Around The World](#)

proposta: Mostrar o nascer do sol em diversas partes do mundo para desejar feliz ano novo aos leitores.

data: 03/01/2017

título: [Welcome to Hell It's in Michigan](#)

proposta: Contar a história de John Colone, prefeito não-oficial de uma comunidade em Michigan chamada Hell, inferno em inglês.

data: 03/01/2017

título: [The Sound Of the Rangers Get a Tuneup](#)

proposta: O tocador de órgão do Madison Square Garden Ray Castoldi improvisa uma trilha sonora durante um jogo entre Rangers e Devils.

data: 04/01/2017

título: [52 Places to Go: Canada](#)

proposta: O Canadá foi o primeiro destino escolhido pelo *The New York Times* para ser apresentado numa série que indica 52 destinos para visitar.

data: 05/01/2017

título: [Still Living With Bottled Water in Flint](#)

proposta: A água da cidade de Flint, em Michigan, está contaminada. O vídeo mostra os problemas graves enfrentados pelos moradores para contornar a situação.

data: 06/01/2017

título: [Syrian Girls Do Robotics](#)

proposta: Projeto financiado pela ONU incentiva meninas refugiadas sírias que vivem no Líbano a construir robôs.

data: 07/01/2017

título: [Take the Polar Plunge in Milwaukee](#)

proposta: Todo dia primeiro de janeiro, um grupo se reúne para entrar no Lago Michigan, que tem águas congelantes. O vídeo conta com um depoimento do antigo presidente do grupo.

data: 08/01/2017

título: [The ‘Controlled Rage’ of Bull Riding](#)

proposta: Contar um pouco da sensação dos melhores peões do mundo quando estão num rodeio prestes a montar num boi.

data: 09/01/2017

título: [Sleeping on Denver’s Bitterly Cold Streets](#)

proposta: Jerry Burton é morador de rua e teve, junto com outros moradores, seu cobertor retirado por policiais. Ele fala sobre as leis que proíbem o acampamento urbano.

data: 10/01/2017

título: [Dining In at the Met Breuer](#)

proposta: Apresentar o novo restaurante no subterrâneo do Metropolitan Museum of Art e mostrar um dos pratos.

data: 11/01/2017

título: [Traveling Through the Sky in Bolivia](#)

proposta: O teleférico é um meio de transporte em La Paz, com a mesma função do metrô. Ele começou a funcionar em 31 de maio de 2016 e liga La Paz a El Alto.

data: 12/01/2017

título: [Seeing Family Through the Border Fence](#)

proposta: Após Trump prometer construir um muro para separar a fronteira dos EUA com o México, a reportagem mostra o encontro de familiares através de uma cerca próxima a San Diego.

data: 13/01/2017

título: [Tracking Rhino Poachers in India](#)

proposta: Dois terços da população de rinocerontes de um chifre (espécie em extinção) permanecem abrigados no Parque Nacional de Kaziranga, na Índia. A caça, apesar de ilegal, continua sendo praticada porque o valor do chifre no mercado negro é alto.

data: 15/01/2017

título: [Where Civil Rights Meet the Civil War](#)

proposta: Registrar o momento em que duas passeatas antagônicas acontecem simultaneamente na Virgínia. Alguns moradores marcharam no primeiro desfile de Martin Luther King da cidade, enquanto outros saudaram a confederação.

data: 16/01/2017

título: [Basking in Butterflies](#)

proposta: Borboletas migram todo ano do Canadá para o México numa viagem que chega a durar dois meses. A reportagem mostra um santuário delas no México.

data: 16/01/2017

título: [52 places to go: Madagascar](#)

proposta: Mostrar a Ilha dos Lemoris, em Madagascar, e as várias espécies que a habitam.

data: 18/01/2017

título: [Tour Trump's Childhood Home](#)

proposta: Um tour pela casa onde Donald Trump viveu até os quatro anos de idade.

data: 18/01/2017

título: [Enter the Chaos of Duterte's Philippines](#)

proposta: Mostrar o violento combate ao tráfico de drogas nas Filipinas colocado em prática pelo presidente eleito em 2016, Rodrigo Duterte.

data: 19/01/2017

título: [Inside Trump's Cabinet Room](#)

proposta: O vídeo é gravado da cadeira do presidente na Casa Branca e mostra em áudio os principais assuntos defendidos pelos nomeados por Trump.

data: 20/01/2017

título: [A Nation Divided at Inauguration](#)

proposta: Mostrar protesto e conflito entre manifestantes pró e contra Donald Trump no dia em que ele foi anunciado como o quadragésimo quinto presidente dos EUA.

data: 21/01/2017

título: [In Solidarity: Women's Marches Across the World](#)

proposta: Mostrar protestos anti-Trump e em solidariedade às mulheres nos EUA que aconteceram em diversas partes do mundo.

data: 22/01/2017

título: [Witness the Women's March in Washington](#)

proposta: Mostrar a marcha das mulheres que aconteceu em Washington contra a eleição de Donald Trump.

data: 23/01/2017

título: [Shanghai's Disappearing Alleyway Homes](#)

proposta: Mostrar como o desenvolvimento urbano tem feito construções tradicionais de Xangai (quatro casas e um quintal compartilhado) sumirem e serem substituídas por enormes edifícios.

data: 23/01/2017

título: [A Deadly Tornado's Destruction](#)

proposta: Mostrar a destruição causada por um tornado no Mississippi que deixou pelo menos 18 mortes e muitas casas destruídas. O vídeo mostra amigos de um advogado ajudando-o a recuperar pertences de seu escritório, que foi devastado.

data: 25/01/2017

título: [Just a Bit Off-Center](#)

proposta: Duas cidades, Rugby e Robinson, na Dakota do Norte, disputam o posto de verdadeiro centro do país. Porém, uma pesquisa recente mostrou que ambas estão erradas e que o verdadeiro centro fica a alguns quilômetros dali, numa cidade chamada Center.

data: 26/01/2017

título: [The Race Home for Chinese New Year](#)

proposta: Mostrar a enorme migração de pessoas que ocorre na China por conta do ano-novo chinês. Milhões de pessoas regressam às suas cidades natais para celebrar a data em família.

data: 26/01/2017

título: [A Ballerina's Endless Day](#)

proposta: O vídeo mostra ensaios e depoimentos dos dançarinos do New York City Ballet.

data: 28/01/2017

título: [How to Make a Chinese Lantern](#)

proposta: Mostrar a cidade conhecida pela tradição em produção de lanternas chinesas. As técnicas foram transmitidas por gerações, todas as famílias da vila estão envolvidas na produção.

data: 29/01/2017

título: [The Conductor's View at Carnegie Hall](#)

proposta: O Carnegie Hall, em Nova Iorque, recebe o mundialmente renomado maestro Daniel Barenboim e a Orquestra Estatal de Berlim por nove noites. O vídeo mostra o ponto de vista do maestro num trecho da apresentação.

data: 29/01/2017

título: [Protests of Immigration Ban Continue](#)

proposta: Protestos de imigrantes nos EUA contra as políticas de imigração e as declarações xenófobas de Donald Trump.

data: 29/01/2017

título: [A Community Mourns](#)

proposta: Após meses no hospital, uma mulher negra, mãe de quatro filhos, baleada no tiroteio em Chicago, morre. O vídeo mostra o velório e o enterro - além de dados alarmantes sobre a morte de negros nos EUA.

data: 31/01/2017

título: [Take a Delivery via Beijing's Streets](#)

proposta: A China é o maior mercado de delivery e e-commerce no mundo. O vídeo mostra o depoimento de um entregador que tem uma jornada de 14 horas sofrida e péssimas condições de trabalho.

data: 01/02/2017

título: [Meant to Resettle Refugees, An Empty Home](#)

proposta: Mostrar que uma casa que seria de uma família de refugiados de Myanmar está totalmente vazia após um decreto de Donald Trump que baniu que refugiados fossem integrados por pelo menos 120 dias. O vídeo mostra um depoimento de uma assistente social desolada com a situação.

data: 02/02/2017

título: [Get 'Bad and Boujee' Onstage With Migos](#)

proposta: O trio de rap Migos alcançou o primeiro lugar na Billboard dos EUA com a Música *Bad and Boujee*. O vídeo mostra a apresentação da canção num show em Nova Iorque com o público muito empolgado.

data: 02/02/2017

título: [Remembering the Astronauts of Apollo 1](#)

proposta: Relembrar o dia do lançamento da missão Apollo 1, em 1967 (que completou 50 anos), em que a cápsula pegou fogo e seus três tripulantes morreram. O vídeo mostra o local do memorial, os últimos áudios registrados entre os astronautas e a torre e também depoimento de familiares.

data: 04/02/2017

título: [A.T.V.s Draw Tourists to Coal Country](#)

proposta: O turismo de aventura tem atraído muitas pessoas para a Virgínia para fazer trilhas em quadriciclos. A atração já era conhecida dos locais há muito tempo, mas agora começou a atrair o resto do país.

data: 05/02/2017

título: [Fighting 'Cholitas' Wrestlers](#)

proposta: Mostrar a luta livre de mulheres bolivianas. No vídeo, uma lutadora conta como o esporte a ajudou a se defender, a se proteger de agressões e a se sentir empoderada como mulher.

data: 06/02/2017

título: [Patriots Fans Dance in the Streets](#)

proposta: Torcedores do Patriots comemoram a vitória do Superbowl nas ruas de Boston.

data: 07/02/2017

título: [On a Secret Expedition to Old Hong Kong](#)

proposta: Um grupo “secreto” de turismo visita imóveis abandonados de um bairro histórico de Hong Kong. O objetivo principal é resgatar a história do passado colonial desses locais abandonados.

data: 08/02/2017

título: [Before the Wall: A Borderlands Journey](#)

proposta: Mostrar o estado que tem a maior fronteira com o México dos EUA, o Texas, e a cerca já existente do Estado. O vídeo ainda mostra que a construção de um muro passaria no meio de escolas, campos de futebol, playgrounds etc.

data: 09/02/2017

título: [Take a Spin Through the Disco Era](#)

proposta: A RollerJam USA é a única pista de patinação indoor em Nova Iorque que é também uma boate sobre rodas.

data: 10/02/2017

título: [One Performer and 4,000 Boxes](#)

proposta: Uma performance feita no New York Theater Workshop, em que o artista tira tudo o que precisa de 4.000 caixas espalhadas pelo espaço.

data: 11/02/2017

título: [Jimmy Carter: From Peanuts to Solar Panels](#)

proposta: Aos 92 anos, o ex-presidente americano Jimmy Carter inaugurou um projeto de energia solar para ajudar sua cidade natal, Plains, na Georgia. Em 1979, quando era presidente, ele instalou o mesmo sistema na Casa Branca.

data: 12/02/2017

título: [52 Places to Go: Zermatt](#)

proposta: Apresentar Zermatt, na Suíça, como um destino de viagem para quem gosta de esqui e de outros esportes na neve.

data: 13/02/2017

título: [At Kochi Biennale, Art Imitating Death: An Artist at Work](#)

proposta: Numa das maiores exposições de arte contemporânea da Índia, a artista Yardená Kurulkar monta sua exposição *The dance of death*.

data: 13/02/2017

título: [A Canine's View of the Westminster Dog Show](#)

proposta: Mais de 2.800 cães participam da competição em Nova Iorque. O vídeo mostra detalhes da feira e de alguns cães.

data: 15/02/2017

título: [Bodies Bending Sound in the Guggenheim](#)

proposta: Os coreógrafos Michelle Dorrance e Nicolas Van Young montaram uma peça de dança para o museu Guggenheim, em Nova Iorque. O vídeo mostra os bailarinos de diversos ângulos interessantes.

data: 16/02/2017

título: [The Bees That Give You Almonds](#)

proposta: Contar a história de um apicultor da Califórnia que expandiu seu negócio devido ao aumento da demanda por polinização de amêndoas e à diminuição de criadores de abelhas.

data: 17/02/2017

título: [Street Style With the Quann Twins](#)

proposta: As gêmeas Quann viraram tendência e estão chamando atenção no mundo da moda. Elas criam seus próprios looks com adereços de todos os preços e estilos.

data: 18/02/2017

título: [Tap Your Toes Where Garth Brooks Played](#)

proposta: Construído em 1878, o Gruene Hall é o salão de dança mais antigo do Texas. Grandes astros da música country já se apresentaram na casa.

data: 19/02/2017

título: ['You're Always in Control of Your Belongings'](#)

proposta: Contar a história de um casal que comprou um apartamento de apenas 37 metros quadrados em Manhattan e fez uma reforma para transformá-lo em minimalista.

data: 19/02/2017

título: [Rebuilding a Highway Through a Denver Community](#)

proposta: Entre no bairro Elyria-Swansea, onde uma expansão controversa da rodovia Interstate 70, com o custo de bilhões de dólares, exige a demolição de casas e empresas da comunidade.

data: 21/02/2017

título: [Firsthand Account: The Assassination of Malcolm X](#)

proposta: O líder dos direitos dos negros, Malcolm X, foi morto em 21 de fevereiro de 1965

numa manifestação em Nova Iorque. Ouça uma testemunha e visite o local do assassinato - no passado e no presente.

data: 21/02/2017

título: [Town Hall Meetings Heat Up](#)

proposta: Pouco depois de Trump assumir a presidência, os democratas de todo o país frequentam reuniões de suas cidades e enfrentam republicanos. Veja um confronto numa reunião de cidade (town hall). A representante republicana foi massivamente questionada sobre decisões do governo no primeiro mês de Trump no comando.

data: 23/02/2017

título: [A Standing Rock Camp Is Burned](#)

proposta: O maior acampamento de manifestantes contra o oleoduto de petróleo em Standing Rock foi evacuado após meses de ocupação por ordem do governador da Dakota do Norte. Os manifestantes queimaram toda a estrutura do acampamento em protesto à ordem de evacuação.

data: 24/02/2017

título: [Florida's Forgotten 'Above-Ground' Railroad](#)

proposta: Escravos negros foragidos viviam em comunidade num local descoberto e bombardeado pelo governo americano em 1816. O ataque tornou a comunidade conhecida nos estados escravagistas e isso inspirou o sonho de que se poderia viver livre um dia.

data: 25/02/2017

título: [Let Yayoi Kusama Take You to Infinity](#)

proposta: Por mais de 50 anos, a artista ultra-pop japonesa Yayoi Kusama impressionou o público criando ilusões com esculturas, luz e espelhos para replicar o sentido do infinito. Experimente as cinco salas da exposição no Hirshhorn Museum and Sculpture Garden.

data: 26/02/2017

título: [Life on Mars: Preparing for the Red Planet](#)

proposta: No vulcão Mauna Loa, no Havaí, seis pessoas vivem isoladas em condições de Marte como parte de um estudo de pesquisa comportamental financiado pela Nasa.

data: 27/02/2017

título: [It's Carnival! Join the Party](#)

proposta: Mostrar diferentes tradições de carnaval em cidades conhecidas pela festa pelo mundo.

data: 28/02/2017

título: [Step Inside Yves Saint Laurent's Closet](#)

proposta: O famoso designer de moda francês Yves Saint Laurent guardou quase todo seu trabalho original. Milhares de acessórios, rascunhos e desenhos estão arquivados em seu escritório, prestes a se tornar um museu. Curadores levam o leitor para fazer um tour pelo local.